ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **eFFECTIVE**

ADCOM

SEPTEMBER 2016 Vol. 2 Issue 8 മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

ലോകം കീഴടക്കിയ കൊച്ചു സുന്ദരികൾ

DIGITAL CONTENT

സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ തീപ്പൊരി പരസ്യത്തിൽ

വാതിൽപ്പുറ പരസ്യങ്ങൾ
സാദ്ധ്യതകളും വെല്ലുവിളികളും

പ്രതീക്ഷയുടെ ഓണനാളുകൾ

തലമുറകൾ പകർന്ന രുചിവിന്യാസം – ആര്യാസ്

● AD FILM SHOOT ● MODELING ● STUDENTS' CORNER ● TIPS N TRICKS ● CONCEPT SHOOT

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം eFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is Destination
The first Advertising & Marketing magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Dr. K.S. David, M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew

Illustration/Layout
Sreeni Purackattu

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705, 093881 53029
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Komusons
Sanam cottage
Shady lane, Aluva, Cochin
Ph: 094472 96699, 098470 37650

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

LinkedIn dailyhunt
effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

വാട്സാപ്പിലെ ഓണാഘോഷം

'ഉത്രാടത്തിന്റന്നുച്ചതിരിയുമ്പോൾ
അച്ചിമാർക്കെല്ലാം വെപ്രാളം'

എന്നൊരു ചൊല്ലുണ്ടായിരുന്നു. ഓണത്തിന്റെ ഒരുക്കത്തിനായി പരക്കം പായുന്ന വീട്ടമ്മമാരെയാണ് ഇതിലൂടെ ചിത്രീകരിക്കുന്നത്. വീടും തൊടിയുമെല്ലാം വൃത്തിയാക്കണം. ഓണസദ്യക്കുള്ള ചിട്ടവട്ടങ്ങളെല്ലാം ഒരുക്കണം. ഓണക്കോടികൾ കരുതണം. കുഞ്ഞുങ്ങളെ മേലെല്ലാം എണ്ണതേച്ചു കുളിപ്പിക്കണം... ചെയ്താലും ചെയ്താലും തീരാത്ത ജോലികൾ ഈ വീട്ടമ്മമാർക്ക് ഒരു ഭാരമായിരുന്നില്ല. അത് അവരുടെ ആവേശമായിരുന്നു.

ഇന്ന് എല്ലാം റെഡിമെയ്ഡ് പാക്കറ്റുകളിലായി. പണമുണ്ടായാൽ മതി എല്ലാംമാർക്കറ്റിൽ ലഭിക്കും. ഉപ്പേരിയും ശർക്കരവരട്ടിയും പായസവും പ്രഥമനും മുതൽ ഓണസദ്യ വരെ റെഡിമെയ്ഡ്. ഇനി ഓരോ വീട്ടിലും ഓണം ഒരുക്കുന്ന ഇവന്റ് മാനേജ്മെന്റ് ഗ്രൂപ്പുകളേയും നമുക്കു പ്രതീക്ഷിക്കാം. നമുക്കു പകരം ആവർ പൂക്കളമിടും. നമുക്കു പകരം അവർ ഓണക്കളികൾ കളിക്കും. നമുക്കു പകരം ഓണ സദ്യയും കഴിച്ചോളും. എല്ലാം മറ്റുള്ളവരെ ഏൽപ്പിച്ച് സ്വയം കൈയ്യടിച്ച് ആസ്വദിക്കാൻപോലും മനസ്സില്ലാത്ത വിധത്തിലേക്ക് മലയാളി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കയാണ്. സ്നേഹവും ആശംസകളും വാട്ട്സാപ്പിലൊതുക്കി പുതപ്പിനുള്ളിൽ ചുരുങ്ങുന്ന മലയാളി.

ജീവിതത്തിന്റെ തിരക്കിനിടയിൽ ജീവിക്കാൻ മറന്നുപോകുന്നവർക്ക് നാം ജീവിച്ചിരിക്കുന്നു എന്നും നമുക്ക് മൂല്യങ്ങൾ നിറഞ്ഞൊരു പൈതൃകമുണ്ടായിരുന്നു എന്നുമുള്ള ഒരു ഓർമ്മപ്പെടുത്തലാകട്ടെ ഈ ഓണം.

ഏവർക്കും ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം ടീമിന്റെ ഓണാശംസകൾ

ചീഫ് എഡിറ്റർ

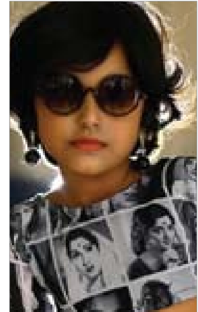
ഉള്ളടക്കം

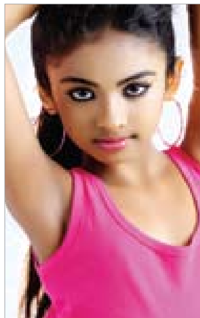


Cover: Babin Basheer

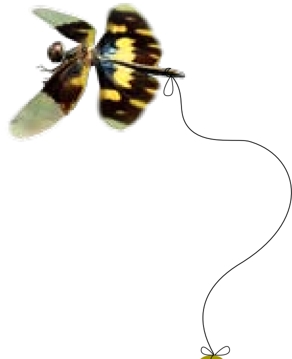
Vol. 2 | Issue 8 | SEPTEMBER 2016











പ്രതീക്ഷയുടെ ഓണനാളുകൾ

കാലംമാറി, പൂക്കളമിടാൻ പൂക്കൾ വേണമെങ്കിൽ തമിഴൻ കനിയണം. കായവറക്കാനുള്ള കുലകൾ, ഓണക്കോടികൾ എല്ലാം അന്യ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നും വരണം. വിഷത്തിൽ വിളഞ്ഞ പച്ചക്കറികളും അതിന്റെ സംഭാവനയായ മാരകരോഗങ്ങളും മലയാളി ശീലമാക്കി കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു.

കർക്കിടകത്തിന്റെയും പഞ്ഞത്തിന്റെയും ഇടവിടാത്ത നെടുവീർപ്പുകളുടേയും അശാന്തിയിൽനിന്നും ആഘോഷത്തിന്റേയും ആവേശത്തിന്റേയും പ്രതീക്ഷകളുടേയും ദിനങ്ങളിലേക്കുള്ള പ്രയാണത്തിന്റെ ആരംഭമാണ് ഓണം. മലയാളി ലോകത്തിന്റെ ഏതു കോണിലായാലും ഗൃഹാതുരതയുടെ ഓർമകളിലേക്കുള്ള മടക്കയാത്രയാണ് ഓണം. സമീപത്തും വിദൂരത്തുമുള്ള വേണ്ടപ്പെട്ടവരുടെ ഒത്തു ചേരലാണ് ഓണം. കാലങ്ങളോളം കാണാതിരിക്കെ മക്കളും കൊച്ചുമക്കളും ഓടിയെത്തുമെന്ന പ്രതീക്ഷയിൽ കാത്തിരിക്കുന്ന മാതാപിതാക്കളുടെ പുഞ്ചിരിയാണ് ഓണം.

അതൊക്കെ ഒരു കാലം. നാടോടുമ്പോൾ നടുവേ ഓടാൻ മലയാളി പഠിച്ചപ്പോൾ അവന്റെ ജീവിതശൈലിതന്നെ മാറി. കേരളം ഒരു ഗ്ലോബൽ ഗ്രാമമായി. ലോകപ്രശസ്ത ബ്രാൻഡുകളുടെ പറുദീസയായി. ഓണത്തിന് ഓഫറുകളുടെ മഹാമേളയാണ്.

പ്രകൃതി മലയാളിയുടെ ഓണത്തിനായി സ്വയം ചമഞ്ഞൊരുങ്ങുന്ന ഒരു കാലമുണ്ടായിരുന്നു. തൊടികൾ നിറയെ പൂക്കൾ അവയിലൂടെ പാറിപ്പറക്കുന്ന തുമ്പികളും ചിത്രശലഭങ്ങളും പുന്നെല്ലിൻ മണമുള്ള കൊയ്ത്തു പാടങ്ങൾ, വെട്ടിയെടുക്കാൻ പാകമായ വാഴക്കുലകൾ അങ്ങനെ മനുഷ്യൻ വിയർപ്പൊഴുക്കിയ മണ്ണിൽ അവനുവേണ്ടി പ്രകൃതി മനം നിറയെ നൽകിയ സമ്മാനങ്ങൾ. കാലംമാറി, പൂക്കളമിടാൻ പൂക്കൾ വേണമെങ്കിൽ തമിഴൻ കനിയണം. കായവറക്കാനുള്ള കുലകൾ, ഓണക്കോടികൾ എല്ലാം അന്യ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നും വരണം. വിഷത്തിൽ വിളഞ്ഞ പച്ചക്കറികളും അതിന്റെ സംഭാവനയായ മാരകരോഗങ്ങളും മലയാളി ശീലമാക്കി കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. അടുക്കളത്തോട്ടങ്ങളുടേയും ഓർഗാനിക് കൃഷിയുടെയും ഒറ്റപ്പെട്ട സംരഭങ്ങൾ ആശാവഹമാണെങ്കിലും സുരക്ഷിതമായ ഭക്ഷണ ലഭ്യതയ്ക്ക് നാം ദീർഘദൂരം സഞ്ചരിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. അതിനുവേണ്ട പരിശ്രമങ്ങൾ ഇപ്പോഴും ശൈശവദശയിൽ തന്നെ.

ചരിത്രമാകുന്ന ഓണക്കളികൾ

സദ്യയുടെ സംസ്കാരത്തിനപ്പുറം കളികളുടെ ഒരു വലിയ ലോകം തുറന്നു തന്നിരുന്നു ഓണനാളുകൾ. അതിൽ പലതും ഇപ്പോൾ പുതു തലമുറയ്ക്ക് പരിചിതമേയല്ല. വടംവലി മത്സരം, ഊഞ്ഞാലാട്ടം, തിരുവാതിരകളി, പുലികളി എന്നിവ കഴിഞ്ഞാൽ മറ്റു പലകളികളും വിസ്മൃതിയിലേക്ക് ആണ്ടുപോകുകയാണ്. ഓണത്തല്ല്, ഓണക്കുമ്മാട്ടി, ഓണപ്പൊട്ടൻ, ഓണത്താർ എന്നീ ചുരുക്കം കളികളും



ആചാരങ്ങളും കേരളത്തിന്റെ ചില കോണുകളിലേക്ക് മാത്രമായി ചുരുങ്ങിയിരിക്കുന്നു.

മൂല്യവത്തായ ഒരു പൈതൃകത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പിനും സംരക്ഷണത്തിനും ഓണക്കളികളെ പുനരുജീവിപ്പിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. എന്നാൽ ഇപ്പോഴും ആവേശം ചോരാതെ ആഘോഷിക്കപ്പെടുകയും ആസ്വദിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്ന മഹാമേളകളാണ് ജലോത്സവങ്ങൾ. ഒരേ ടീമിൽ ഇത്രയധികം പങ്കാളികളുള്ള മറ്റൊരു മത്സരവുമില്ല. നൂറ്റാണ്ടുകളുടെ ചരിത്രമുണ്ട് ഈ

തുഴ ചീകൽ

കേരളത്തിലേയും മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലേയും ജലമേളകൾക്ക് ആവശ്യമായ തുഴ നിർമ്മിച്ചു നിൽകുന്നത് കേരളത്തിലെ ഒരു കുടുംബക്കാരാണ്. കോട്ടയം പനച്ചിക്കാട് നെല്ലിക്കൽ തമ്പി എന്നറിയപ്പെടുന്ന എഴുപതുകാരനായ യോഹന്നാന്റെയും ശിഷ്യഗണങ്ങളുടെയും കൈകളിലൂടെയാണ് ഇവ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നത്. പിതാവ് മോശയിൽ നിന്നാണ് തമ്പി ഈ നിർമ്മാണ രീതികൾ ആർജ്ജിച്ചെടുത്തത്. മോശ തനിയെ ആർജ്ജിച്ച തുഴ നിർമ്മാണം പിന്നീട് തന്റെ നാലുമക്കളിലേയ്ക്കും പകരുകയായിരുന്നു. എന്നാൽ ഇന്ന് മറ്റു മക്കളുടെ നിര്യാണത്തിനുശേഷം ഇളയമകനായ യോഹന്നാൻ തൊഴിലിനെ മുന്നോട്ടു കൂട്ടിക്കൊണ്ട് പോകുന്നു.

പലതരം തുഴകൾ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും ഈയിടെ കുമരകം വേണാട് ബോട്ട് ക്ലബിനുവേണ്ടി നിർമ്മിച്ച തുഴയാണ് ഇത്തവണത്തെ താരം. വട്ടപങ്കായത്തിന്റെ ആകൃതിയിലുള്ള ഇത്തരം തുഴകൾ ഇത്തവണ ഉപയോഗിച്ചത് നെഹ്റുട്രോഫി ജേതാക്കളാണന്നതും ശ്രദ്ധേയമാകുന്നു.

ഇത്തരം പുതിയ തുഴകൾ കൂടാതെ നട്ടാശ്ശേരി, അമരതുഴ, കൊച്ചുതുഴ എന്നിങ്ങനെ നിരവധി തുഴകൾ ഇവിടെ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നു. തുഴയുടെ നീളത്തിനും വീതിക്കുമനുസരിച്ച് വ്യത്യാസങ്ങളുണ്ടാവാം. ചെത്തി ചീകിയ തുഴ തുമ്പുവെട്ടി, ചുവടുവെട്ടി, പിടി പിടിപ്പിച്ച് (പിടി പൊട്ടിപോകാതിരിക്കാൻ ആഞ്ഞിലിയുടെ തടിയാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് തുഴയുടെ ബാക്കി ഭാഗം ചൂണ്ടപ്പനയും) രണ്ടുതരം പേപ്പർ പിടിച്ച് ചീകിയെടുത്ത പൊടിവാരി തുഴ ചൂടാക്കിയ ശേഷം മെഴുക്ക് തേച്ച് ഒരു തവണകൂടി പേപ്പർ പിടിത്തം നടത്തി ക്രമപ്പെടുത്തി മിനുക്കിയെടുക്കുന്നു. അങ്ങനെ നീണ്ട പരിശ്രമമാണ് തുഴ നിർമ്മാണം. ഇത്തരം കൈതൊഴിലിന് ഉണർവേകേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്.



കളിവള്ളങ്ങളുടെ പിറവി

കേരളത്തിൽ വിവിധ തരം കളിവള്ളങ്ങളുണ്ട്. ചുണ്ടൻ വള്ളങ്ങൾ, വെപ്പുവള്ളം, ചുരുളൻ വള്ളം, ഇരുട്ടുകുത്തി എന്നിവയാണ് അവയിൽ ചിലത്. ആദ്യ കളിവള്ളങ്ങൾ പള്ളിയോടങ്ങൾ എന്നാണ് അറിയപ്പെടുന്നത്. വീതി കൂടുതലായതിനാൽ വേഗമേറിയ മത്സരങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമല്ലെന്നു കണ്ട് ഇന്നത്തെ രീതിയിലുള്ള ചുണ്ടൻവള്ളങ്ങൾക്കു രൂപം നൽകുകയായിരുന്നു. നാട്ടുരാജാക്കന്മാരുടെ യുദ്ധത്തിന് വള്ളപ്പട ഉപയോഗിച്ചിരുന്നതാണ് ചുണ്ടൻവള്ളങ്ങൾ. അവർക്ക് ഭക്ഷണം വച്ചുകൊടുക്കുന്ന വള്ളങ്ങൾ 'വെപ്പു' വള്ളങ്ങളായി. യാത്രയ്ക്കും മറ്റാവശ്യങ്ങൾക്കും ഉപയോഗിച്ചിരുന്നവയാണ് ചുരുളൻ വള്ളങ്ങൾ. ഇരുട്ടിലൂടെ കള്ളപുകയില കടത്താൻ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന വള്ളങ്ങൾ 'ഇരുട്ടുകുത്തി'കളായി.

ചുണ്ടൻവള്ളങ്ങളുടെ പിറവിക്കു പിന്നിൽ രസകരമായ കഥയുണ്ട്. നാട്ടുരാജാക്കന്മാരുടെ ഭരണകാലം കായംകുളം രാജാവും ചെമ്പകശ്ശേരി രാജാവുമായിരുന്നു പ്രധാനികൾ. ഇരു രാജ്യങ്ങളും തമ്മിലുള്ള കലഹം മൂത്ത് യുദ്ധത്തിനൊരുങ്ങി. കായംകുളത്തിനെ പരാജയപ്പെടുത്താൻ ചെമ്പകശ്ശേരി ദേവനാരായണൻ രാജാവ് യുദ്ധത്തിന് പുതിയ ഒരു തന്ത്രം തീരുമാനിച്ചു. യുദ്ധം ജലത്തിൽകൂടി നടത്താനായിരുന്നു രാജാവിന്റെ ഉദ്ദേശം. യുദ്ധത്തിന് വേണ്ടവിധം ഒരു ജല നൗകയുടെ മാതൃക ഉടൻ രാജസന്നിധിയിൽ എത്തിക്കാൻ രാജാവ് ഉത്തരവിട്ടു. കൊടുപ്പുന്ന സ്വദേശി വെങ്കിടയിൽ നാരായണൻ ആചാരി സമർപ്പിച്ച മാതൃകയാണ് രാജാവിന് ഇഷ്ടപ്പെട്ടത്. ഉടൻ പണി പൂർത്തീകരിക്കാൻ ഉത്തരവിട്ടു. അനേകം പടയാളികളും പീരങ്കികളും വേണ്ട പടക്കോപ്പുകളും കയറത്തക്കവിധമുള്ള ജലനൗക കായലിലിറങ്ങി. ഇത് കണ്ട കായംകുളം രാജാവ് പരിഭ്രമിച്ചു. ചെറുത്തു നിൽക്കാൻ കഴിയാത്ത കായംകുളം പട വിഷമാവസ്ഥയിലായി. ചെമ്പകശ്ശേരിയുടെ മോഡൽ പടക്കപ്പൽ ഉണ്ടാക്കുകയേ മാർഗ്ഗമുള്ളൂ എന്ന് കായംകുളം രാജാവ് തീരുമാനിച്ചു.

തന്ത്രപരമായി കൊടുപ്പുന്ന നാരായണൻ ആചാരിയെ ബലപ്രയോഗത്തിലൂടെ കൊണ്ടുവന്ന് വധിക്കുമെന്ന് ഭീഷണിപ്പെടുത്തി പടക്കപ്പൽ പണികഴിപ്പിച്ചു. കായംകുളം കായലിൽ യുദ്ധം മുറുകി ചെമ്പകശ്ശേരി രാജാവിന്റെ മോഡൽ ജലവാഹനം കായംകുളം രാജാവിനും ലഭിച്ചതായി കണ്ടപ്പോൾ ചെമ്പകശ്ശേരി രാജാവ് കോപാകുലനായി. കായംകുളം രാജാവിന് ജലവാഹനം പണിത ആചാരിയെ പിടികൂടി വധശിക്ഷ നൽകുവാൻ രാജാവ് ഉത്തരവിട്ടു. രാജഭടന്മാർ ആചാരിയെ പിടിച്ചുകെട്ടി രാജസന്നിധിയിൽ എത്തിച്ചു. ആചാരി രാജാവിനോട് കേണപേക്ഷിച്ചു.

''യുദ്ധം കഴിഞ്ഞേ എന്ന കൊല്ലാവൂ. നമ്മുടെ രാജ്യം വിജയിക്കും'' എന്ന് ആചാരി തറപ്പിച്ചു പറഞ്ഞു. ഇതുകേട്ട രാജാവ് ആചാരിയെ തുറങ്കലിൽ അടച്ചു. കായംകുളം കായലിൽ യുദ്ധം മുറുകി ചെമ്പകശ്ശേരിയുടെ പടക്കപ്പലിൽ നിന്ന് ഒരു വെടി പൊട്ടുമ്പോൾ വള്ളം ഒരടി മുമ്പോട്ട് കുതിക്കുമ്പോൾ കായംകുളം രാജാവിന്റെ പടക്കപ്പലിൽ നിന്ന് ഒരു വെടി പൊട്ടുമ്പോൾ വള്ളം ഒരടി പുറകിലേക്ക് പോകുകയും ചെയ്തു. തച്ചു ശാസ്ത്ര വിദഗ്ധനായ ആചാരിയുടെ ബുദ്ധിയായിരുന്നു ഇത്. സ്വന്തം രാജ്യത്തോടുള്ള ആചാരിയുടെ ആത്മാർത്ഥതയും തച്ച് ശാസ്ത്രത്തിലുള്ള വൈദഗ്ദ്ധ്യവും കഴിവും മനസ്സിലാക്കിയ രാജാവ് ശിക്ഷ ഒഴിവാക്കി സ്വർണ്ണവും പണക്കിഴിയും വിലപിടിപ്പുള്ള ദ്രവ്യങ്ങളും കരമൊഴിവാക്കി ധാരാളം കരഭൂമി പതിച്ചു നൽകുകയും രാജാവിന്റെ സ്ഥാനപ്പേരായ ദേവനാരാണൻ എന്ന പേരുകൂടി ആചാരിക്ക് ഉപയോഗിക്കുവാൻ അനുമതി നൽകി. അങ്ങനെയാണ് കൊടുപ്പുന്ന വെങ്കിടിയിൽ നാരായണൻ ആചാരി കൊടുപ്പുന്ന വെങ്കിടിയിൽ ദേവനാരായണൻ ആചാരിയായത്.

ചിത്രങ്ങൾക്ക് കടപ്പാട് ഗൂഗ്ൾ

കളികൾക്ക്. കേരളത്തിലെ ഏറ്റവും പുരാതനമായ വള്ളംകളി എന്നറിയപ്പെടുന്നത് ചമ്പക്കുളം വള്ളംകളിയാണ്. കോട്ടയം താഴത്തങ്ങാടി വള്ളംകളിക്ക് 117 വർഷത്തെ ചരിത്രം രേഖപ്പെടുത്തപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. എങ്കിലും ജലോത്സവങ്ങളെ ലോകശ്രദ്ധയിലെത്തിച്ചത്. 1952 മുതൽ ആലപ്പുഴ പുന്നമടക്കായലിൽ നടക്കുന്ന നെഹ്റുട്രോഫി വള്ളംകളിയാണ്. ധാരാളം വിദേശിയരെ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്ന ജലമാമാങ്കമായാണ് ഈ കളി അറിയപ്പെടുന്നത്. പ്രൊഫഷണൽ മാർക്കറ്റിംഗ് അവലംബിച്ചാൽ ടൂറിസത്തിന് വളരെയധികം സാധ്യതകൾ ഈ മേഖലയിൽ തുറന്നു കിടക്കുകയാണ്. ഏകദേശം 30-ൽ അധികം ജലോത്സവങ്ങൾ ഓണക്കാലത്ത് കേരളത്തിൽ നടക്കുന്നു.

ഹിമ ജെ മംഗലത്തിൽ
himajmangalathil@gmail.com

ബ്രാൻഡ് ഇമേജുകൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുക മാത്രമല്ല അവ ദീർഘകാലം മങ്ങലേൽക്കാതെ നിലനിർത്തുക എന്നതും വളരെ പ്രധാനമാണ്. ബ്രാൻഡുകളിലെ ചക്രവർത്തിമാരെപ്പറ്റി ഒരു ലേഖന പരമ്പര.

കിഴടങ്ങാൻ കൂട്ടാക്കാത്ത ബ്രാൻഡ് ചക്രവർത്തി



മൈക്കിൾ ജാക്സൺ മുതൽ ആട് തോമ വരെ!

ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി മുപ്പത്തിയേഴിൽ ബോഷ് ആൻഡ് ലോംബ് കമ്പനിയാണ് റെയ്ബാൻ എന്ന ബ്രാൻഡ് ആദ്യമായി പുറത്തിറക്കുന്നത്. അമേരിക്കൻ വ്യോമസേനയുടെ ആവശ്യപ്രകാരമായിരുന്നു റെയ്ബാനിന്റെ പിറവി.

അങ്ങനെ തന്നെ നേരിടാൻ വന്ന പത്തു ഗുണ്ടകളെ ഒറ്റക്കിടിച്ചു പറപ്പിച്ചു നമ്മുടെ നായകൻ സ്ലോ മോഷനിൽ തിരിഞ്ഞു നടക്കുകയാണ് സുഹൃത്തുക്കളേ നടക്കുകയാണ്. അതിനിടയിൽ താൻ കോളറിന് പിൻവശത്തു തൂക്കിയിട്ട കൂളിംഗ് ഗ്ലാസ് എടുത്തു മുഖത്ത് വച്ച് ഒരു നിമിഷം അയാൾ കാണികളെ നോക്കുന്നു. കാണികളുടെ ആവേശം ആർത്തിരമ്പുന്ന കടലായി മാറുകയാണ്.

ഇവിടെ കയ്യടിയുടെ അവകാശികൾ രണ്ടാണ്. ഒന്ന് നമ്മുടെ ഇഷ്ട നായകൻ രണ്ട് അയാൾ മുഖത്ത് എടുത്തു വയ്ക്കുന്ന റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസ്സ്. സത്യത്തിൽ ആരാണ് ഇതിലെ സൂപ്പർ ഹീറോ? സംശയം വേണ്ട. ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി മുപ്പത്തി ഏഴിൽ കയറി കുത്തിയിരുന്ന താര സിംഹാസനത്തിൽ നിന്നും ഇപ്പോഴും താഴെയിറങ്ങാൻ കൂട്ടാക്കാതെ നിത്യ ഹരിത നായകനായി വിലസുന്ന റെയ്ബാൻ തന്നെയാണ് യഥാർത്ഥ താരരാജാവ്. ജെയിംസ് ബോണ്ടായാലും രാജമാണിക്യമായാലും തങ്ങളുടെ അപ്രമാദിത്വം തെളിയിക്കാൻ ഒരു റെയ്ബാൻ ഏവിയേറ്റർ എടുത്തു മുഖത്ത് വക്കുകയെ വേണ്ടൂ. പിന്നെയവർ വേറെ ലെവലാണ് ഭായ്. ലോക ചരിത്രത്തിൽ തന്നെ ആളുകൾ ഇത്രയേറെ സ്വന്തമാക്കാൻ മോഹിച്ച മറ്റൊരു ബ്രാൻഡ് ഉണ്ടാകാനിടയില്ല. അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റ് തൊട്ട് ഫോർട്ട് കൊച്ചിയിലെ ഫ്രീക്ക് പിള്ളേർ വരെ ഒരേ പോലെ ആരാധിക്കുന്ന ബ്രാൻഡ് ആണ് റെയ്ബാൻ. ഏതൊരു യുവമനസ്സിന്റെയും ഉള്ളറയിൽ ഒരിക്കലെങ്കിലും സ്വന്തമാക്കണം എന്ന് കൊതിച്ച ബ്രാൻഡ്. റെയ്ബാനിനെക്കാൾ വില കൂടിയതും കുറഞ്ഞതുമായ ഒട്ടനവധി ബ്രാൻഡുകൾ ഇന്ന് വിപണിയിൽ ലഭ്യമായിട്ടു പോലും ഫാഷൻ ലോകം ഇന്നും പായുന്നത് റെയ്ബാന് വേണ്ടി മാത്രം.

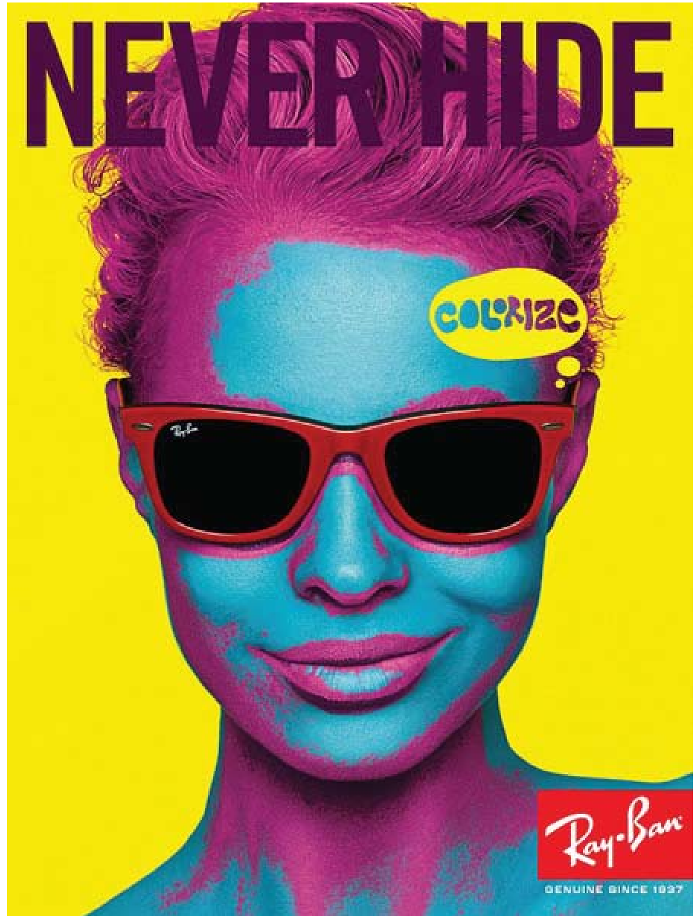
പറക്കും ബ്രാൻഡ്

ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി മുപ്പത്തിയേഴിൽ ബോഷ് ആൻഡ് ലോംബ് കമ്പനിയാണ് റെയ്ബാൻ എന്ന ബ്രാൻഡ് ആദ്യമായി പുറത്തിറക്കുന്നത്. അമേരിക്കൻ വ്യോമസേനയുടെ ആവശ്യപ്രകാരമായിരുന്നു റെയ്ബാനിന്റെ പിറവി. പുതിയ വിമാനങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ഉയരങ്ങൾ കീഴടക്കിയ അമേരിക്കൻ വൈമാനികർ ഒന്നടങ്കം

മേലധികാരികളുടെ മുന്നിൽ സൂര്യരശ്മികൾ മൂലം തങ്ങൾക്ക് ബാധിച്ച കടുത്ത തലവേദന യെക്കുറിച്ച് പരാതി പറഞ്ഞു. ഈ ആവശ്യം മന സ്സിലാക്കി തങ്ങളുടെ ഭടന്മാരുടെ കണ്ണുകളെ സൂര്യതാപത്തിൽ നിന്ന് രക്ഷിക്കാൻ വേണ്ടിയാണ് അമേരിക്കൻ വ്യോമസേന തങ്ങളുടെ ഭടന്മാർക്ക് വേണ്ടി ഒരു സൺ ഗ്ലാസ് നിർമിക്കാൻ ബോഷ് ആൻഡ് ലോംബിനോട് സൂചിപ്പിച്ചതെങ്കിലും വെറും സുരക്ഷ അൽപം കൂടിയാലും സ്റ്റൈൽ ഒട്ടും കുറയണ്ട എന്ന അഭിപ്രായമായിരുന്നു അവർ മുന്നോട്ട് വച്ചത്. അമേരിക്കൻ പൈ ലറ്റുമാർക്കിടയിൽ റെയ്ബാൻ ഹിറ്റ് ആയി മാറാൻ അധികം സമയം വേണ്ടി വന്നില്ല. റെയ്ബാൻ നാ മത്തിൽ ആദ്യമായി പുറത്തിറങ്ങിയ ഏവിയേറ്റർ എന്ന മോഡലാണ് അന്നും ഇന്നും റെയ്ബാൻ മോഡലുകളിൽ ഏറ്റവും ഡിമാന്റുള്ളത്.

ആന്റി ഗ്ലെയർ എന്ന നൂതന ആശയവു മായി അമേരിക്കൻ വ്യോമസേവനക്കായി അവതരിച്ച റെയ്ബാൻ ഏവിയേറ്റർ ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി മുപ്പത്തിഏഴിൽ തന്നെ പൊ തുജനങ്ങൾക്കും ലഭ്യമായി. ഓവൽ ഷേപ്പിലുള്ള പ്ലാസ്റ്റിക് ഫ്രെയിമുകളായിരുന്നു ആദ്യമായി റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയ സൺ ഗ്ലാസുകളിൽ ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. പക്ഷെ വളരെ പെട്ടെന്ന് തന്നെ കമ്പനി അതെ ഷേപ്പിലുള്ള ലോഹ ഫ്രെയിമുകൾ പുറത്തിറക്കുകയും ഔദ്യോഗികമാ യി ആ മോഡലിനെ റെയ്ബാൻ ഏവിയേറ്റർ എന്ന് നാമകരണം ചെയ്യുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ ഇതേ ഷേപ്പിൽ ഇറങ്ങുന്ന ഏതു ബ്രാൻഡിന്റെ സൺ ഗ്ലാസ്സിനും ഏവിയേറ്റർ എന്ന് തന്നെയാണ് വിളിപ്പേര്. ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി മുപ്പത്തി എട്ടിൽ റെയ്ബാൻ കുടുംബത്തിൽ നിന്ന് മറ്റൊരു മോഡൽ എത്തി. റെയ്ബാൻ ഷൂട്ടർ. പച്ച നി റത്തിലും വിളറിയ മഞ്ഞ നിറത്തിലുമുള്ള ലെൻസുകളായിരുന്നു റെയ്ബാൻ ഷൂട്ടറിന്റെ ഹൈ ലൈറ്റ്. നീല വെളിച്ചത്തെ ഫിൽറ്റർ ചെയ്തു കാഴ്ച കൂടുതൽ ഷാർപ് ആക്കി മാറ്റുമെന്ന അവകാശവാദവുമായിട്ടാണ് ഷൂട്ടർ വിപണി യിൽ എത്തിയത്. ഒരു സിഗരറ്റ് പിടിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന രീതിയിലാണ് റെയ്ബാൻ ഷൂട്ടറിന്റെ ഫ്രെയിം നിർമിച്ചിരുന്നത്. ഷൂട്ടറിന്റെ രണ്ടു കൈ കളും സ്വതന്ത്രമായി ഉപയോഗിക്കാൻ റെയ്ബാൻ കണ്ടു പിടിച്ച സൂത്രപ്പണിയായിരുന്നു ഈ 'സിഗരറ്റ് ഹോൾഡർ' ഫ്രെയിം.

രണ്ടാം ലോക മഹായുദ്ധമാണ് റെയ്ബാൻ അമേരിക്കക്കാർക്കിടയിൽ സൂപ്പർ ഹിറ്റ് ആയി മാറാൻ പ്രധാന പങ്ക് വഹിച്ച ഒരു ഘടകം. തങ്ങളുടെ രാജ്യത്തിനു വേണ്ടി പോരാടുന്ന സൈനികർക്ക് പിന്തുണയുമായി പുറത്തിറ ങ്ങിയ മിലിട്ടറി സ്റ്റൈൽ ടീ ഷർട്ടുകൾ അമേ രിക്കക്കാരുടെ എക്കാലത്തെയും പ്രിയപ്പെട്ട വസ്ത്രങ്ങളിൽ ഒന്നാണ്. അതേ രീതിയിൽ തന്നെയാണ് തങ്ങളുടെ സൈനികർ ധരിച്ചിരു ന്ന റെയ്ബാൻ സൺ ഗ്ലാസ്സുകളെയും അമേ രിക്കക്കാർ വരവേറ്റത്. മോഡലുകളിൽ ഏറ്റവും ഡിമാന്റുള്ളത്. രണ്ടാം ലോക മഹായുദ്ധ കാലത്ത് റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസും ധരിച്ചു ഫിലിപ്പൈൻസ് ബീച്ചിൽ വിമാനമിറങ്ങുന്ന ജനറൽ ഡഗ്ലസ് മാക് ആർതറുടെ ചിത്രം പ്രശസ്തമാണ്. രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിനു ശേഷം അമേരിക്കൻ ജനതയുടെ ഫാഷൻ സങ്കൽപ്പങ്ങൾക്ക് എന്നും പുതിയ മാനങ്ങൾ നൽകിയ ഹോളിവുഡി



എഴുപതുകളെന്നാൽ ഡിസ്കോ യുഗമാണ്. മറ്റുള്ളവരെ ഞെട്ടിക്കാ നായി വസ്ത്രം ധരിച്ചിരുന്ന കാലഘട്ടം. അക്കാലത്തു വീടിന കത്തു പോലും കൂളിംഗ് ഗ്ലാസ് വച്ചിട്ടായിരുന്നത്രെ കട്ട ഡിസ്കോ പ്രേമികളുടെ നടപ്പ്.

ന്റെ സ്വാധീനത്തിലും വലിയ തോതിലുള്ള വർദ്ധനയുണ്ടായി. ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി അൻപത്തി രണ്ടിലാണ് ഏവിയേറ്ററിനു ശേഷം ലോകത്തെമ്പാടും ഇപ്പോഴും ഏറ്റവും ഡിമാൻഡ് ഉള്ള വേഫെയറർ എന്ന മോഡൽ റെയ്ബാൻ പു റത്തിറക്കുന്നത്. അത് വരെ ഹിറ്റ് ആയിരുന്ന ലോഹ ഫ്രെയിമുകളിൽ നിന്ന് മാറി പ്ലാസ്റ്റിക് ഫ്രെയിമുകളുമായാണ് വേഫെയറർ രംഗത്ത് എത്തിയത്. ഫാഷൻ മോഡലുകൾക്കും സിനി മാ താരങ്ങൾക്കും മാത്രമല്ല സമൂഹത്തിലെ സാധാരണക്കാരുടെയും പ്രിയ മോഡൽ ആയി വേഫെയറർ മാറി.

ഹോളിവുഡ് തരംഗം

ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി അൻപ ത്തിഅഞ്ചിൽ റിലീസ് ആയ 'റിബൽ വിത്ത്ഔട്ട് എ കോസ്' എന്ന ചിത്രത്തിൽ ഹോളിവുഡി ലെ ഇതിഹാസ നായകൻ ജെയിംസ് ഡീൻ അണി ഞ്ഞതോടെയാണ് വേഫെയറർ അമേരിക്കയുടെ പുതിയ ആവേശമായി മാറുന്നത്. എന്നാൽ പു രുഷന്മാർക്ക് വേണ്ടി പുറത്തിറങ്ങിയ മോ ഡലായിട്ട് കൂടി വേഫെയറർ വളരെപ്പെട്ടെന്നു

WHAT TO GIVE FATHER?

Ray-Ban Signet Sun Glasses

You can't pay more, and you can't buy better. Lifetime 1/10 12K gold filled frames; neutral gray G-15 or sage green lenses; ground-and-polished-to-curve and heat-toughened against impact; $22.95 and $24.95. Other Ray-Ban Sun Glasses . . . with a specific lens for every outdoor use . . . from $8.50, wherever fine sun glasses are sold.

THE FINEST SUN GLASSES MADE!

Bausch & Lomb Optical Company, Rochester, New York.

BAUSCH & LOMB Ray-Ban® SIGNET SUN GLASSES

The Most Distinguished Name in Sun Glasses

See how Ray-Ban G-15 Sun Glasses open your eyes to safer driving!

തന്നെ സ്ത്രീകളുടെയും ഇഷ്ട ബ്രാൻഡ് ആയി ത്തീർന്നു. അതിനു പിന്നിൽ പ്രവർത്തിച്ചത് ഹോളിവുഡിലെ എക്കാലത്തെയും സൂപ്പർ നായികയായിരുന്ന ഓഡ്രി ഹെപ്ബെർണിന്റെ 'ബ്രേക്ക്ഫാസ്റ്റ് അറ്റ് ടിഫാനിസ്' എന്ന സൂപ്പർ ഹിറ്റ് ചിത്രമാണ്. വേഫെയററിനു പിന്നാലെ റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയ മോഡൽ ആണ് സ്വർണം വെള്ളി നിറങ്ങളിലുള്ള ഫ്രെയിമുമായി വിപണിയിൽ എത്തിയ റെയ്ബാൻ സിഗ്നറ്റ്. കാലമേറെക്കഴിഞ്ഞിട്ടും ഇപ്പോഴും തമിഴ് സിനിമയിലെ ഗ്രാമീണ വില്ലന്മാരുടെ ഇഷ്ട ബ്രാൻഡാണ് റെയ്ബാൻ സിഗ്നറ്റ്. സിഗ്നറ്റിന് ശേഷം ഏറ്റവും പ്രശസ്തി നേടിയ മറ്റൊരു റെയ്ബാൻ ബ്രാൻഡ് ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി അൻപത്തി ഏഴിൽ കമ്പനി പുറത്തിറക്കിയ റെയ്ബാൻ കാരവൻ എന്ന മോഡലാണ്. ഏവിയേറ്ററിന്റെ ഷേപ്പിൽ ചെറുതായി മാറ്റം വരുത്തിയിറക്കിയ കാരവൻ ഹിറ്റ് ആക്കിയത് റോബർട്ട് ഡി നീറോയുടെ സൂപ്പർ ഹിറ്റ് ചിത്രമായ ടാക്സി ഡ്രൈവർ ആണ്.

ഹോളിവുഡിലെ പുത്തൻ താരോദയങ്ങൾക്കൊപ്പം റെയ്ബാനും പുതിയ പുതിയ മോഡലുകൾ അവതരിപ്പിച്ചു കയ്യടി നേടി. ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി അറുപത്തി അഞ്ചിൽ റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയ ഒളിമ്പ്യൻ എന്ന മോഡൽ ഹിറ്റ് ആക്കിയത് പീറ്റർ ഫോയുടെ ഈസി റൈഡർ എന്ന ചിത്രത്തിന്റെ വിജയമാണ്. തുടർന്ന് പുറത്തിറങ്ങിയ റെയ്ബാൻ ബലോരമ തരംഗമായി മാറുന്നത് ക്ലിന്റ് ഈസ്റ്റ് വുഡിന്റെ ഡേർട്ടി ഹാരിയുടെ വിജയത്തോടെയാണ്.

ഐ ആം എ ഡിസ്കോ ഡാൻസർ

എഴുപതുകളെന്നാൽ ഡിസ്കോ യുഗമാണ്. മറ്റുള്ളവരെ ഞെട്ടിക്കാനായി വസ്ത്രം ധരിച്ചിരുന്ന കാലഘട്ടം. അക്കാലത്തു വീടിനകത്തു പോലും കൂളിംഗ് ഗ്ലാസ് വച്ചിട്ടായിരുന്നത്രെ കട്ട ഡിസ്കോ പ്രേമികളുടെ നടപ്പ്. ഇത്ര നല്ലൊരു കാലം വെറുതെ വിടാൻ റെയ്ബാൻ മണ്ടന്മാരൊന്നുമല്ലല്ലോ.

എഴുപതുകളിൽ രണ്ടു പ്രധാന മേഖലകളാണ് റെയ്ബാൻ നോട്ടമിട്ടത്. ഒന്ന് തങ്ങളുടെ പ്രിയപ്പെട്ട ഫാഷൻ ലോകവും മറ്റേത് ഹോളിവുഡ് താരങ്ങളുടെ അത്ര തന്നെ പ്രശസ്തത നേടിത്തുടങ്ങിയ യഥാർത്ഥ താരങ്ങളുടെ ലോകമായ കായികരംഗവും. പ്രധാനമായും രണ്ടു മോഡലുകളാണ് എഴുപതുകളിൽ റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയത്. റെയ്ബാൻ വാഗബോണ്ടും റെയ്ബാൻ സ്റ്റേറ്റ് സൈഡും. ഫാഷനിൽ മാത്രമല്ല സാങ്കേതികതയിലും വൻകുതിച്ചു കയറ്റമാണ് എഴുപതുകളിൽ റെയ്ബാൻ കൈവരിച്ചത്. പർവ്വതാരോഹകർക്കായി കണ്ണാടിപോലുള്ള ലെൻസുകളും വശങ്ങളിൽ ലെതർ ഷീൽഡുകളും പിടിപ്പിച്ച ഒരു പ്രത്യേക മോഡൽ തന്നെ അക്കാലത്ത് റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കി. അതെ സമയത്തു തന്നെയാണ് റെയ്ബാൻ ആദ്യമായി പവർ ഉള്ള സൺഗ്ലാസുകൾ പുറത്തിറക്കിയതും. വെളിച്ചത്തിനനുസരിച്ചു നിറം മാറാൻ കഴിവുള്ള ആംബർമാറ്റിക് ലെൻസുകൾ റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയതും ഇതേ സമയത്താണ്. ഒരു വശത്തു സിനിമാ താരങ്ങളും കായികതാരങ്ങളും റെയ്ബാന്റെ അപ്രഖ്യാപിത ബ്രാൻഡ് അംബാഡർമാരായി വർത്തിച്ചപ്പോൾ മറുവശത്ത് ഉദിച്ചിയുർന്ന റോക്ക് സംഗീതജ്ഞരും അവരുടെ ആരാധകരും റെയ്ബാന്റെ വെന്നിക്കൊടി കൂടുതലുയരത്തിൽ പറപ്പിച്ചു. ലോകം കണ്ടതിൽ വച്ച് ഏറ്റവും വലിയ പോപ്പ് സ്റ്റാർ ആയിരുന്ന മൈക്കിൾ ജാക്സൺ ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി എൺപത്തിനാലിലെ ഗ്രാമി അവാർഡ് ചടങ്ങിൽ റെയ്ബാൻ ഏവിയേറ്റർ ധരിച്ചു പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടതോടെ ലോകമെമ്പാടുമുള്ള സംഗീത പ്രേമികളുടെ കൂടി പ്രിയ ബ്രാൻഡ് ആയി മാറി ഏവിയേറ്റർ.

മാറ്റത്തിന്റെ കാറ്റ്

ഹോളിവുഡ് തന്നെയായിരുന്നു തൊണ്ണൂറുകളിലും റെയ്ബാന്റെ മുഖ്യ പ്രചാരകർ. മാൽകം എക്സ് എന്ന ചിത്രത്തിൽ ഡെൻസിൽ

വാഷിംഗ്ടണും റിസർവോയർ ഡോഗ്സിൽ ടീം റോത്തും അണിഞ്ഞ റെയ്ബാൻ ക്ലബ്മാസ്റ്റർ എന്ന മോഡലായിരുന്നു തൊണ്ണൂറുകളുടെ തുടക്കത്തിലേ ഹിറ്റ് റെയ്ബാൻ മോഡൽ. തൊണ്ണൂറുകളുടെ അവസാനത്തിൽ മെൻ ഇൻ ബ്ലാക്ക് ഹിറ്റായപ്പോൾ അതിനൊപ്പം ഹിറ്റ് ആയത് നായകന്മാരായ വിൽ സ്മിത്തും ടോമി ലീ ജോൺസും ധരിച്ച റെയ്ബാൻ പ്രിഡേറ്റർ എന്ന മോഡലാണ്. ആയിരത്തി തൊള്ളായിരത്തി തൊണ്ണൂറ്റി ഒൻപതിൽ ലക്സോട്ടിക്ക ഗ്രൂപ്പ് ബോഷ് ആൻഡ് ലോംബ് ഏറ്റെടുത്തു. അതോടെ റെയ്ബാൻ ഉൾപ്പെടെയുള്ള പല പ്രശസ്ത ബ്രാൻഡുകളും ലക്സോട്ടിക്കയുടെ കുടക്കീഴിലായി. രണ്ടായിരത്തിൽ പ്രീസ്ക്രിപ്ഷൻ ലെൻസുകൾക്കായി റെയ്ബാൻ ഒപ്ററിക്കൽസ് എന്ന ഒരു വിഭാഗം ലക്സോട്ടിക്ക ആരംഭിച്ചു. റെയ്ബാൻ സൺഗ്ലാസുകളുടെ ഫാഷൻ സാധാരണ കണ്ണടയുടെ ഫ്രെയിമുകളിലും കൊണ്ട് വരിക എന്നതായിരുന്നു റെയ്ബാൻ ഒപ്ററിക്കൽസിന്റെ പ്രഖ്യാപിത ലക്ഷ്യം. ലക്സോട്ടിക്ക ഏറ്റെടുത്തതിനു ശേഷമുള്ള മറ്റൊരു പ്രധാന ചുവടുവെപ്പായിരുന്നു എട്ടു തൊട്ട് പന്ത്രണ്ട് വയസുള്ള കുട്ടികൾക്ക് വേണ്ടി പുറത്തിറക്കിയ റെയ്ബാൻ ജൂനിയർ എന്ന ബ്രാൻഡ്.

രണ്ടായിരത്തി ഏഴിൽ റെയ്ബാൻ ആരംഭിച്ച നെവർ ഹൈഡ് എന്ന പരസ്യ ക്യാമ്പയിൻ റെയ്ബാൻ എന്ന ബ്രാൻഡിന് നൽകിയ മൈലേജ് ചില്ലറയല്ല. ഒരു ആഗോള ക്യാമ്പയിൻ ആയി വിഭാവനം ചെയ്ത നെവർ ഹൈഡ് ക്യാമ്പയിൻ ആരംഭിക്കുന്നത് ന്യൂയോർക്ക് ടൈം സ്ക്വയറിൽ പന്ത്രണ്ട് എൽഇഡി സ്ക്രീനുകളിൽ ലോകത്തിന്റെ നാനാഭാഗത്തു നിന്നുമുള്ള റെയ്ബാൻ ആരാധകരുടെ ചിത്രങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചു കൊണ്ടായിരുന്നു. ഇതേ ചിത്രങ്ങൾ തന്നെ റെയ്ബാൻ ഡോട്ട് കോം ഗാലറിയിലും തുടർന്ന് പ്രദർശിപ്പിക്കപ്പെട്ടു. രണ്ടായിരത്തി ഒൻപതിൽ ഇതേ നെവർ ഹൈഡ് ക്യാമ്പയിൻ തന്നെ നിറം കൂട്ടി റെയ്ബാൻ കളറൈസ് എന്ന പേരിൽ പുനരവതരിപ്പിക്കാൻ റെയ്ബാൻ തയ്യാറായി. റെയ്ബാൻ വേഫെയറർ കളറൈസ് കിറ്റ് പുറത്തിറങ്ങിയതോടെ റെയ്ബാൻ ആരാധകർക്ക് അവർക്കിഷ്ടമുള്ള നിറങ്ങൾ നൽകി റെയ്ബാൻ ഫ്രെയിമുകൾ സ്വയം അലങ്കരിച്ചെടുക്കാനുള്ള അവസരം ലഭിച്ചു. കിറ്റിൽ ഉള്ള സ്റ്റെൻസിലുകളും സ്പെഷ്യൽ മാർക്കറുകളും ഉപയോഗിച്ച് തങ്ങൾക്കിഷ്ടമുള്ള ഡിസൈനുകൾ കിറ്റിൽ ലഭിക്കുന്ന വെള്ള വേഫെയറർ ഫ്രെയിമിൽ വിരിയിച്ചെടുക്കാം എന്നത് അവരെ ഹരം കൊള്ളിച്ചു. റെയ്ബാൻ റെയർ പ്രിന്റ്സ് എന്ന പരമ്പര പുറത്തിറങ്ങിയതോടെ സിനിമയിലും പരസ്യരംഗത്തുമുള്ള പുതിയ പ്രവണതകൾ തങ്ങളുടെ ഫ്രെയിമുകളിൽ പ്രതിഫലിപ്പിക്കാൻ റെയ്ബാൻ ശ്രദ്ധിച്ചു.

നാളിതു വരെ റെയ്ബാൻ പുറത്തിറക്കിയ മോഡലുകളിൽ ഇന്നും ഏറ്റവും പ്രിയം അവരുടെ സിഗ്നേച്ചർ ബ്രാൻഡ് ആയ ഏവിയേറ്റർ തന്നെ. തൊട്ടു പുറകിൽ തന്നെ വേഫെയററും ഉണ്ട്. അങ്ങ് ഹോളിവുഡിൽ മാത്രമല്ല ഇങ്ങു മലയാളക്കരയിലും ഉണ്ട് റെയ്ബാൻ ആരാധകർ. ആടുതോമയും രാജമാണിക്യവും മാത്രമല്ല ബിലാലും സാഗർ ഏലിയാസ് ജാക്കിയും അൻവറുമൊക്കെ റെയ്ബാൻ ആരാധകർ തന്നെ.



TANK GUNNERS USE Ray-Bans

His eyes protected from tiring sun-glare by Ray-Bans, the tank gunner sights the enemy sharply, clearly. Especially developed to U. S. Army specifications years before the war, Ray-Bans scientifically *cut off* the glare-producing sun rays and transmit most of the light useful for seeing. Ray-Ban lenses by the thousands are being fitted into the masks and special goggle frames that equip many of our fighting men—the Army and Navy pilots, gunners, sky-troopers, ships' lookouts and plane spotters.

That's why Ray-Ban glasses are sold out to the armed forces—why civilian requirements for Ray-Bans are available *on prescription only.*

BAUSCH & LOMB
OPTICAL CO. ROCHESTER, N. Y.
ESTABLISHED 1853

AN AMERICAN SCIENTIFIC INSTITUTION PRODUCING OPTICAL GLASS AND INSTRUMENTS FOR MILITARY USE, EDUCATION, RESEARCH, INDUSTRY AND EYESIGHT CORRECTION

അല്ലെങ്കിൽ തന്റെ റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസ് പൊട്ടിച്ചതിന്റെ പേരിൽ ആടുതോമ എസ് ഐ പുലിക്കോടനെ മുണ്ടുരിഞ്ഞു വരിഞ്ഞു കെട്ടി പൊതിരെ തല്ലുമായിരുന്നോ? തന്റെ തെറിച്ചു പോയ റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസിന് പകരം വേറെ നൽകാൻ രാജമാണിക്യം തന്റെ അണികളെ ചുമതലപ്പെടുത്തുമോ? സരോജ് കുമാർ എത്ര സീനുണ്ടോ അത്രയും കൂളിംഗ് ഗ്ലാസ് പോരട്ടെ എന്ന് പറഞ്ഞതും റെയ്ബാൻ മനസ്സിൽ വച്ച് തന്നെ ആയിരിക്കണം.

ഇതെന്റെ പുതിയ റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസാ... അത് തൊട്ടുള്ള കളി വേണ്ടാ... •



ഫേവർ ഫ്രാൻസിസ്
BRAND CONSULTANT
favourfrancis@gmail.com



കൺമണി ഉപാസന

ലോകം കീഴടക്കിയ കൊച്ചു സുന്ദരികൾ

ഐശ്വര്യറായിയേയും പാർവ്വതി ഓമനക്കുട്ടനെയും പോലെ പ്രശസ്തരാകാൻ ഇനി പ്രായം വിഷയമാകില്ലയെന്നു തെളിയിച്ചിരിക്കുകയാണ് ഈ കൊച്ചു മിടുക്കികൾ. ചെറിയ വായിൽ വലിയ വർത്തമാനം പറയെണ്ടന്നു കുട്ടിയെ ഉപദേശിക്കാൻ വരട്ടെ! അതിനുമുൻപ് കേട്ടു നോക്കൂ ഈ കുട്ടിപട്ടാളങ്ങളുടെ വിജയ കഥകൾ.

ഇന്ത്യയുടെ അഭിമാനം ലോകം മുഴുവൻ എത്തിച്ച രണ്ടു കൊച്ചു മലയാളി പെൺകുട്ടികളെ പരിചയപ്പെടാം. 2016 ജൂലൈ ആദ്യവാരം ജോർജിയയിൽ നടന്ന ലിറ്റിൽ മിസ് യൂണിവേഴ്സ് മത്സര വിജയിയായ രണ്ടാം ക്ലാസ്സുകാരി കൺമണി ഉപാസനയും ഒപ്പം ബൾഗേറിയായിൽ നടന്ന ലിറ്റിൽ മിസ് വേൾഡ് 2016 സൗന്ദര്യ മത്സരത്തിൽ എട്ടിനും 13നും ഇടയ്ക്ക് പ്രായമുള്ളവരുടെ വിഭാഗത്തിൽ കിരീടം നേടിയ അഞ്ചാം ക്ലാസ്സുകാരി അനാമിക സജീഷും.

കൺമണി ഉപാസന

അതേ.... ഫാഷൻ ലോകത്തിലേയ്ക്ക് ആദ്യമായൊന്നുമല്ല ഞാൻ എത്തുന്നത്. എന്റെ അച്ഛന്റെ ക്യാമറയ്ക്കു മുൻപിൽ കളിയായി തുടങ്ങി. എന്റെ കുറേ ഏറെ ഫോട്ടോ ഉണ്ട്. ചെറുതിലെ മുതൽ ഇങ്ങോട്ട് അതെല്ലാം അച്ഛന്റെ കമ്പ്യൂട്ടറിലാ സൂക്ഷിച്ചിരിക്കുന്നത്. പക്ഷേ ഇപ്പോ ആ കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രവർത്തിക്കുന്നില്ല, വേറെ ചില നല്ല ഫോട്ടോകൾ ഉണ്ട്. ഇതെല്ലാം കണ്ടിട്ട് കോട്ട


അനാമിക

യത്തെ ഭാരത് ഹോസ്പ്പിറ്റലിന്റെയും കോഴിക്കോട്ടെ ഒരു ഹോസ്പ്പിറ്റലിന്റെയും കുറച്ച് പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തു. പിന്നെ ഞാൻ സിനിമയിലും അഭിനയിച്ചു. ആദ്യം ഞാൻ അഭിനയിച്ചത് ചെറിയച്ഛൻ സംവിധാനം ചെയ്ത സിനിമയായ സെക്കൻഡ്സിലായിരുന്നു. പേടിയൊന്നും തോന്നിയില്ല. എന്റെ അച്ഛൻ ഫാഷൻ ഫോട്ടോഗ്രാഫർ അല്ലേ എന്തിനാ പേടിക്കുന്നേ... ചെറിയച്ഛൻ പറഞ്ഞുതരും ഞാൻ അതുപോലെ ചെയ്യും അത്രേയുള്ളൂ. പിന്നെ ഒന്നാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിൽ അഭിനയിച്ചു (നാക്കുളുക്കിയപ്പോൾ പല്ലു പറിഞ്ഞിരിക്കുവാ എന്നു ചിരിച്ച് പറയുന്നു). എന്റെ ചെറിയമ്മ അഞ്ജലി ഉപാസനയാണ് അതിലെ എന്റെ അമ്മ. അതിൽ ബിജുമേനോൻ ഇല്ലേ, ആ അങ്കിളായിരുന്നു ഇതിലെ നടൻ. ഇപ്പോൾ മൂന്നു സിനിമകൂടി ചെയ്തു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

പിന്നെ സിനിമയിൽ മോശം ഉടുപ്പിട്ട കുട്ടിയുടെ വേഷം അഭിനയിച്ചപ്പോൾ തോന്നിയതാ ഒരു സൂപ്പർ ഗൗണൊക്കെ ഇടണമെന്ന്. പിന്നെ എന്റെ അമ്മ ഫാഷൻ ഡിസൈനറാ പേര് അറിയേണ്ടേ മഞ്ജുന്നാ. അമ്മ ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്ന ഗൗണൊക്കെ നല്ല ഭംഗിയാ. അപ്പോഴാണ് അമ്മയുടെയും അച്ഛന്റെയും സുഹൃത്തായ മേക്കപ്പ് ആർട്ടിസ്റ്റ് ഹരി അങ്കിൾ പറഞ്ഞാണ് മത്സരത്തെക്കുറിച്ച് അറിഞ്ഞത്. കൊച്ചിയിലായിരുന്നു പ്രാഥമിക മത്സരം അതിനുശേഷം കോഴിക്കോട്ടേക്ക്, അവിടെ നിന്നു നാഷണൽ ലെവൽ മത്സരത്തിനായി ഞങ്ങൾ മൂന്നു കുട്ടികൾ ജോർജിയയിൽ പോകുവായിരുന്നു.

ഞാൻ അച്ഛന്റെയും അമ്മയുടെയും ഒപ്പമാണ് യാത്രതിരിച്ചത്. അവിടെപ്പോയപ്പോഴും പേടി തോന്നിയില്ല മുൻപ് ഞാൻ കൊച്ചിൻ ഫാഷൻ ഷോയിൽ ആയിരുന്നു ആദ്യമായ് പങ്കെടുത്തത്. അവിടെ ഞാൻ സെക്കന്റ് റണ്ണറപ്പായിരുന്നു. അന്ന് നാലുവയസ്സായിരുന്നു. ഇന്നു ഞാൻ വലിയ കുട്ടിയായില്ലേ അതുകൊണ്ട് സമ്മാനം മേടിക്കണം എന്ന് ഉറപ്പിച്ചാ പോയത്. ജോർജിയയിൽ നിന്ന് മിസ് യൂണിവേഴ്സ് പട്ടം കൂടാതെ ബെസ്റ്റ് മോഡൽ, ലിറ്റിൽ മിസ് യൂണിവേഴ്സ് 2016, മിസ് ഇന്റർനെറ്റ് വോട്ടിങ്ങ് 2016, ടിഡഡി ലിറ്റിൽ മിസ് യൂണിവേഴ്സ് 2016 എന്നീ ടൈറ്റിലുകൾ കിട്ടി. ലിറ്റിൽ മിസ് യൂണിവേഴ്സ് കിട്ടിയതുകൊണ്ട് എനിക്ക് അടുത്തമാസം ബൾഗേറിയയിൽ നടക്കുന്ന കിങ്ങ് ആൻഡ് ക്വീൻ 2016ലും ഇന്ത്യയെ പ്രതിനിധീകരിച്ച് പങ്കെടുക്കാം. പക്ഷേ ഞാൻ ചിലപ്പോഴേ പോകൂ. പൈസയില്ല. അതുകൊണ്ട് തീരുമാനിച്ചിട്ടില്ല.

അപ്പോൾ ലഭിച്ച പ്രൈയ്സ്മണിയെന്തിയേ എന്നു ചോദിച്ചപ്പോൾ അത് ഗിഫ്റ്റ് മേടിച്ചു തീർന്നുപോയി എന്നായി മറുപടി. അതേ ഞങ്ങൾ ജോർജിയായിൽ മത്സരിച്ച കുട്ടികൾ എല്ലാവരും പരസ്പരം ഗിഫ്റ്റുകൾ കൈമാറി. എനിക്ക്

കോട്ടയത്തെ ഭാരത് ഹോസ്പ്പിറ്റലിന്റെയും കോഴിക്കോട്ടെ ഒരു ഹോസ്പ്പിറ്റലിന്റെയും കുറച്ച് പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തു. പിന്നെ ഞാൻ സിനിമയിലും അഭിനയിച്ചു. ആദ്യം ഞാൻ അഭിനയിച്ചത് ചെറിയച്ഛൻ സംവിധാനം ചെയ്ത സിനിമയായ സെക്കൻഡ്സിലായിരുന്നു. പേടിയൊന്നും തോന്നിയില്ല. എന്റെ അച്ഛൻ ഫാഷൻ ഫോട്ടോഗ്രാഫർ അല്ലേ എന്തിനാ പേടിക്കുന്നേ...



കൺമണി ഉപാസന



അനാമിക

അച്ഛനാണ് അനാമികയുടെ വാസനകളെ കണ്ടെത്തിയതും അതിന് വേണ്ട എല്ലാ പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ നൽകിയതും. ക്യാറ്റ്‌വോക്ക് പഠിപ്പിച്ചതുൾപ്പെടെ അനാമികയെന്ന കൊച്ചു മിടുക്കിയെ ഒരുക്കിയതുമെല്ലാം അച്ഛൻ തന്നെയാണ്. കൂട്ടത്തിൽ അമ്മയുടെ എല്ലാ വിധ പിന്തുണയും കൂടിചേർന്നപ്പോൾ എല്ലാത്തിനും ഈ കൊച്ചു മിടുക്കി മുൻപിലായി.

ഒരുപാട് സമ്മാനങ്ങൾ കിട്ടി. നല്ല ബാഗ്സ്, ബുക്ക്സ്, ടോയ്സ് അങ്ങനെ ഒരുപാട് സമ്മാനങ്ങൾ. അവർക്കും ധാരാളം സമ്മാനങ്ങൾ വാങ്ങികൊടുത്തു കാശു തീർന്നു. അച്ഛനോട് ചോദിക്കാൻ പറഞ്ഞപ്പോൾ വലിയ ചിരിയോടെ അമ്മയോട് അടക്കം പറഞ്ഞു കൺമണി.

ലിറ്റിൽ മിസ് യൂണിവേഴ്സ് മൽസരത്തിൽ പങ്കെടുത്തത് വലിയ അനുഭവമായിരുന്നു. ഒത്തിരി കൂട്ടുകാരെ കിട്ടി. അവിടെപോയി ഡാൻസ് കളിച്ചു റാമ്പ് ചെയ്തു, പാട്ടുപാടി. ഒരു പാട് റൗണ്ട്സ് ഉണ്ടായിരുന്നു. ഞങ്ങൾ വാട്ടർ തീം പാർക്കിൽ പോയ് ഒത്തിരി കളിച്ച് കളിച്ച് ഇങ്ങ് പോന്നപ്പോൾ പനിയായി. പിന്നെ രണ്ടു ദിവസം കഴിഞ്ഞാണ് ക്ലാസ്സിൽ പോയത്. ഇടപ്പള്ളി ക്യാംപയിൻ സ്കൂളിൽ രണ്ടാം ക്ലാസ്സിൽ പഠിക്കുകയാണ്. സ്കൂളിൽ എല്ലാവരും അസംബ്ലിയിൽ എന്നെ അഭിനന്ദിച്ചു.

അനാമിക

ലിറ്റിൽ മിസ് വേൾഡ് എന്ന കിരീടം ചൂടിയ അനാമിക സജീഷ് എന്ന പത്തുവയസ്സുകാരി അമ്മുവിന് പറയാനുള്ളത് അൽപം വേറിട്ട കഥയാണ്.

വള്ളിക്കോട് കൈപ്പട്ടൂറിലെ ഒരു ഗ്രാമ പ്രദേശത്തു നിന്നു വളരെ ദൂരം സഞ്ചരിച്ച് ബൾഗേറിയായിലെ ബർഗോസിൽ നടന്ന ലിറ്റിൽ മിസ് വേൾഡ് 2016 വരെ എത്തിയതിന്റെ, അവിടെ 21 ലോകരാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള സുന്ദരികളോടു മത്സരിച്ച് കിരീടം ചൂടിയതിന്റെ വിശേഷങ്ങളാണ് അനാമികയുടേത്.

അച്ഛനാണ് അനാമികയുടെ വാസനകളെ കണ്ടെത്തിയതും അതിന് വേണ്ട എല്ലാ പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ നൽകിയതും. ക്യാറ്റ്‌വോക്ക് പഠിപ്പിച്ചതുൾപ്പെടെ അനാമികയെന്ന കൊച്ചു മിടുക്കിയെ ഒരുക്കിയതുമെല്ലാം അച്ഛൻ തന്നെയാണ്. കൂട്ടത്തിൽ അമ്മയുടെ എല്ലാ വിധ പിന്തുണയും കൂടിചേർന്നപ്പോൾ എല്ലാത്തിനും ഈ കൊച്ചു മിടുക്കി മുൻപിലായി. അച്ഛന്റെ ഈ സ്നേഹം അവിടുത്തെ അധികൃതരും ശ്രദ്ധിച്ചു. അതുകൊണ്ട് അച്ഛൻ സജീഷിനും ലഭിച്ചു ബെസ്റ്റ് ഫാദർ ഓഫ് നേഷൻ പുരസ്കാരം.

എൽ കെ ജി മുതൽ ഡാൻസ് പഠിക്കുന്ന അനാമിക സ്കൂൾതല മത്സരങ്ങളിൽ മുൻപന്തിയിലാണ്. ഭരതനാട്യം ശാസ്ത്രീയമായി അഭ്യസിക്കുന്ന അനാമികയുടെ അരങ്ങേറ്റം കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല. ചങ്ങനാശ്ശേരിയിൽ വെച്ച് പത്തനംതിട്ട ജില്ലയിലെ

കുട്ടികൾക്കായ് നടന്ന കേരള കിഡ്സ് ഫാഷൻ ഷോയിൽ വിജയിയായ അനാമിക പിന്നീട് കേരളത്തിൽ ആകമാനം നടത്തിയ ഷോയിലെ വിജയികൾക്കായി കൊല്ലത്ത് സംഘടിപ്പിച്ച മത്സരത്തിലും അവസാന പട്ടികയിലും ഇടം നേടി. ഇതെല്ലാം വലിയ വിജയത്തിലേക്കുള്ള ചവുട്ടു പടിയായിരുന്നു.

ലിറ്റിൽ മിസ് വേൾഡ് മത്സരം വിജയിയാകുമെന്നു കരുതിയല്ല അനാമിക ചുവടു വെച്ചത്. കോഴിക്കോട് വെച്ച് നടന്ന നാഷണൽ മത്സരത്തിൽ വിജയിച്ചു. അച്ഛനോടൊപ്പം ബൾഗേറിയത്തിലേക്ക് യാത്രതിരിച്ചപ്പോഴും കാഴ്ചയുടെയും സൗഹൃദങ്ങളുടെയും പുതു വസന്തം മാത്രമായിരുന്നു അവൾ ചിന്തിച്ചത്. അത് അവൾ അവിടെ വേണ്ടുവോളം നുകർന്നിരുന്നു താനും.

സുഹൃത്തുക്കളെയും അവിടുത്തെ ജീവിത ശൈലിയേയും നന്നേ രസിച്ച അനാമികക്ക് ഭക്ഷണത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ മാത്രമാണ് പരിഭവം. നാഷണൽ കസ്റ്റ്യൻ റൗണ്ട്, ടാലന്റ് റൗണ്ട്, ഫൈനൽ റൗണ്ട് എന്നീ റൗണ്ടുകൾക്കപ്പുറം മൃഗങ്ങൾക്ക് കുട്ടികളെകൊണ്ട് ഭക്ഷണം കൊടുപ്പിച്ചതും ബൾഗേറിയൻ ഗ്രാമങ്ങൾ സന്ദർശിച്ചതും കുട്ടികൾക്ക് വ്യത്യസ്ത അനുഭവത്തിന്റെ ചെപ്പ് തുറന്നു.

പ്രതീക്ഷിക്കാതെ ലഭിച്ച ഈ സമ്മാനത്തിന് വലിയ സ്വീകരണമാണ് അനാമികയുടെ സ്കൂളായ കൽപ്പത്തൂർ സെന്റ് ഗ്രിഗോറിയോസ് സീനിയർ സെക്കൻഡറി സ്കൂളും നാട്ടുകാരും ഒരുക്കിയത്. നാടിന്റെ അഭിമാനമായ അനാമികക്കും പിതാവ് സജീഷിനും വലിയ സ്വീകരണം നൽകിയ ചടങ്ങിൽ വീണാ ജോർജ് എംഎൽഎ ഉൾപ്പെടെ നിരവധി പ്രമുഖർ പങ്കെടുത്തു.

എൽ കെ ജിക്കാരനായ അനുജൻ കാർത്തിക് അമ്മ ജിഷ എന്നിവരടങ്ങുന്നതാണ് അനാമികയുടെ കുടുംബം. •

ഹിമ ജെ മംഗലത്തിൽ
himajmangalathil@gmail.com

DIGITAL CONTENT

SENSORS | MEGA PIXELS | PRINT SIZE LOW LIGHT PERFORMANCE

ഡിജിറ്റൽ ക്യാമറകളുടെ ഉത്ഭവം മുതൽ തന്നെ ചിത്രത്തിന് കൂടുതൽ വ്യക്തത നൽകുന്ന കണ്ടുപിടുത്തങ്ങൾ ഒന്നൊന്നായി ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ വളർച്ച 40 മെഗാ പിക്സൽ ക്യാമറ ഉള്ള മൊബൈൽ ഫോൺ വരെ എത്തിയിരിക്കുന്നു. (മെഗാ പിക്സൽ വിശദീകരണം കഴിഞ്ഞ ലക്കത്തിൽ നൽകിയിട്ടുണ്ടല്ലോ) സെൻസർ സാങ്കേതികത നിലനിർത്തിക്കൊണ്ടുതന്നെ കൂടുതൽ Resolution ഉൾപ്പെടുത്തി വിപണി കണ്ടെത്താനാണ് ഇപ്പോൾ കമ്പനികളുടെ ശ്രമം. എന്നാൽ സോണി അവരുടെ ആൽഫാ സീരീസ് DSLM ക്യാമറകളിൽ അടുത്തിടെയായി മെഗാ പിക്സൽ കുറച്ചുകൊണ്ട് മികച്ച low light performance ഉള്ള ക്യാമറകൾ വിപണിയിലെത്തിച്ചു (SONY A7S & A7S mark 2). ഇവ 4K വീഡിയോ റെക്കാർഡിങ്ങ് ഉള്ള full frame12.2 മെഗാ പിക്സൽ സെൻസർ ക്യാമറകളാണ്. എന്നാൽ വളരെ ചെറിയ പ്രകാശത്തിൽ നോയിസ് ലെസ്സ് ഇമേജസ് ഇവയിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്നു.

ഒരു ക്യാമറയുടെ സെൻസർ Resolution പല ഘടകങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ചിത്രം പ്രിന്റു ചെയ്യേണ്ട വലുപ്പം ആണ് പ്രധാനമായും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്. ഒരു 'inch' നുള്ളിൽ ഉൾപ്പെടുത്തേണ്ട പിക്സൽസിന്റെ എണ്ണം അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി ആണ് പ്രിന്റ് ക്വാളിറ്റി തീരുമാനിക്കുന്നത്. (pixels per inch = PPI) ഉദാഹരണത്തിന് 12.1 മെഗാ പിക്സൽ ഉള്ള ഒരു ഡിജിറ്റൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫ് 300 PPIയിൽ പ്രിന്റു ചെയ്യുമ്പോൾ ഏറ്റവും കൂടിയത് 14.2 inch x 9.4 inch size ലുള്ള പ്രിന്റ് ആണ് ലഭിക്കുക. നല്ല detail ഉള്ള പ്രിന്റിന് കുറഞ്ഞത് 300 PPI എങ്കിലും ആവശ്യമാണ്. 12.1 Mega pixels = 4256x 2832 pixels അതായത് 4256/300 = 14.1 inch 2832/300=9.4 inch ഇതാണ് പ്രിന്റ് സൈസ് ആൻഡ് മെഗാ പിക്സൽ തമ്മിലുള്ള ബന്ധം.

ഇനി ഉയർന്ന Resolutionന്റെ മറ്റൊരു പ്രയോജനം നോക്കാം. ചിത്രം ആവശ്യം പോലെ ക്രോപ് ചെയ്യാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം ആണത്. സബ്ജക്റ്റിലേക്കുള്ള ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിപ്പിക്കാൻ ചിത്രത്തിലുള്ള അനാവശ്യ ഘടകങ്ങളെ ഒഴിവാക്കാൻ ഇതു സഹായിക്കും. ഇതിനാൽ ഇമേജ് എഡിറ്റേഴ്സ് എപ്പോഴും high mega pixel image ആണ് ആവശ്യപ്പെടുക. Image stock agencies ഉം highest resolution image ആവശ്യപ്പെടും.

അടുത്തതായി കുറഞ്ഞ ISO ൽ High mega pixel camera യിലുള്ള ഇമേജിനെ കുറഞ്ഞ resolution ലേക്ക് down sample ചെയ്യുമ്പോൾ കൂടുതൽ വ്യക്തത ഉണ്ടാകുന്നു Image ൽ ഉള്ള 'noise' കുറയുന്നതാണ് ഇതിനു കാരണം. 4K,5K monitors സാധാരണമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഇക്കാലത്ത് display യിൽ ചിത്രത്തിനു മിഴിവുകിട്ടണമെങ്കിൽ high resolution തന്നെ ആവശ്യമായി വരുന്നു. ഇതും mega pixels ന്റെ കുതിച്ചുകയറ്റത്തിന് കാരണമാകുന്നു.





ഇതിൽ നിന്നൊക്കെ മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് കൂടിയ resolution തന്നെ നല്ലത് എന്നാണ്. എന്നാൽ തീർത്തും അങ്ങനെ അല്ല. പിക്സലുകളുടെ വ്യാപ്തി മാത്രമല്ല അവയുടെ നിലവാരവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു ഘടകം ആകുന്നു. ഇതിനു പ്രധാനമായും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത് pixel size, pixel density, sensor size എന്നീ ഘടകങ്ങൾ ആണ്. ഇവ മൂന്നും പരസ്പരം ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. പിക്സൽ സൈസ് കൂടുന്തോറും അതിന്റെ നിലവാരം മെച്ചപ്പെടുന്നു. ഉയർന്ന ISO യിൽ Noise കുറയുന്നു. Low light നന്നായി ചിത്രീകരിക്കപ്പെടുന്നു. നല്ല ബ്ലാക്ക് ലഭിക്കുന്നു എന്നിങ്ങനെ പല പ്രയോജനങ്ങൾ. എന്നാൽ പിക്സൽ സൈസ് കൂടുമ്പോൾ ഒരു സെൻസറിൽ ഉൾപ്പെടുത്താവുന്ന number of pixels കുറയുന്നു. അതിനാൽ വലിയ പിക്സൽ എന്നാൽ കുറഞ്ഞ pixel density എന്നും ചെറിയ പിക്സൽ എന്നാൽ കൂടിയ pixel density എന്നും കണക്കാക്കാം. ഇനി സെൻസറിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന ഇമേജിനെ ക്യാമറയിൽ പ്രോസസ്സ് ചെയ്യുന്ന രീതിയും വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. ഈ ഘടകങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ തമ്മിൽ ബന്ധപ്പെട്ടും ഇരിക്കുന്നു. ഉയർന്ന നിലവാരത്തിലുള്ള ചിത്രം ലഭിക്കുന്നതിന് ഈ ഘടകങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ ഭംഗിയായി സമ്മേളിക്കേണ്ടതാണ്.

ഉദാഹരണത്തിന് 20 മെഗാ പിക്സൽ ഉള്ള ഒരു full frame camera യും 12 mega pixel ഉള്ള full frame camera യും താരതമ്യം ചെയ്താൽ നല്ല low light performance 12mp camera ആയിരിക്കും എന്നാൽ അതിനു print size കുറവായിരിക്കും. കൂടുതൽ വലിയ print size വേണമെങ്കിൽ കൂടുതൽ ലൈറ്റ് ഉൾപ്പെടുത്തി കുറഞ്ഞ ISO യിൽ കൂടിയ മെഗാ പിക്സൽ ക്യാമറ ഉപയോഗിക്കണം. ഇതിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് ആവശ്യത്തിന് അനുസരിച്ചുള്ള ക്യാമറകൾ ഉപയോഗിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു എന്നാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ഒരു മാഗസിൻ ഫോട്ടോഗ്രാഫറെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം





മാഗസിൻ സൈസിനേക്കാൾ വലിയ പ്രിന്റ് ആവശ്യമില്ല. അതിനാൽ കുറഞ്ഞ മെഗാപിക്സലും വലിയ സെൻസർ സൈസും ഉള്ള ക്യാമറ ആണ് നല്ലത്. ഇതിന് വിലയിൽ നല്ല കുറവുണ്ടു താനും. എന്നാൽ ഒരു ഫാഷൻ ഫോട്ടോഗ്രാഫർക്ക് lighting, shooting situation എന്നിവ പ്രശ്നമല്ല. വലിയ ഹോർഡിംഗ് സൈസിലുള്ള പ്രന്റുകൾ വേണം താനും. അതിനാൽ കൂടുതൽ മെഗാ പിക്സൽ ഉള്ള ഇമേജ് ആവശ്യമായി വരുന്നു. അതുപോലെ തന്നെ ഒരു സ്പോർട്ട്സ്/ വൈൽഡ്ലൈഫ് ഫോട്ടോഗ്രാഫർക്ക് അതിവേഗത്തിൽ തുടർച്ചയായ ചിത്രങ്ങൾ എടുക്കുന്ന ക്യാമറ വേണം. അതിനായി ക്യാമറയുടെ image processing pipeline മികച്ചതാകണം buffer memory കൂടുതൽ വേണം.

അപ്പോൾ ക്യാമറയ്ക്ക് വില കൂടുന്നു. ഇതിൽ നിന്നൊക്കെ മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് ഒരു ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ 'working environment' അനുസരിച്ചാണ് ക്യാമറ തെരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത് എന്നാണ് അതുപോലെ തന്നെ ബഡ്ജറ്റും.

തുടരും



PRATHAPAN

A Renowned Filmmaker/ Cinematographer
prathapanc@outlook.com
Ph: +91 944 704 7111

വാതിൽപ്പുറ പരസ്യങ്ങൾ സാദ്ധ്യതകളും വെല്ലുവിളികളും

ഇന്ത്യയിൽ അച്ചടി മാദ്ധ്യമവും ടെലിവിഷനും കഴിഞ്ഞാൽ വാതിൽപ്പുറ പരസ്യങ്ങൾക്കാണ് പരസ്യക്കാർ മുൻഗണന നൽകുന്നത്. ദൃശ്യങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകി ഒറ്റ വാചകത്തിൽത്തന്നെ സന്ദേശം നൽകാൻ കഴിയുന്നതു കൊണ്ടാവാം ചെറിയ കക്ഷികൾ മാത്രമല്ല വൻകിട ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾ വരെ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും പ്രചാരണത്തിനായി വാതിൽപ്പുറ പരസ്യങ്ങളെ (OOH) ആശ്രയിക്കുന്നത്. മറ്റേതൊരു മാധ്യമത്തേക്കാളും ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കാമെന്നതും ഒരു കാരണമാകാം.

ബസ്സുകൾ, ടാക്സികൾ, ബോട്ടുകൾ, ട്രെയിനുകൾ തുടങ്ങിയ വാഹനങ്ങളിലെ ട്രാൻസിറ്റ് പരസ്യങ്ങൾ, റോഡ് ഷോ, ഹോർഡിംഗ് (ബിൽ ബോർഡ്), നിയോൺ, സ്പോർട്സ്, ഫുട്ബോൾ, ക്രിക്കറ്റ് മേളകളിൽ മൈതാനിയിൽ സ്ഥാപിക്കുന്ന പരസ്യ പലകകൾ, ചുമരെഴുത്തുകൾ, ലെഡ്, ഫ്ളക്സ് മറ്റു പലതരത്തിലുള്ള ഡിസ്പ്ലേകൾ എന്നിവയെല്ലാം വാതിൽപ്പുറ പരസ്യവിഭാഗത്തിൽ പെടുന്നു.

ചെറുതും വലുതുമായ ധാരാളം OOH (Out of Home) കമ്പനികൾ കേരളത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. കൊച്ചിയിലാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഹോർഡിംഗ് കമ്പനികൾ ഉള്ളത്. തിരുവനന്തപുരം, തൃശ്ശൂർ, കോഴിക്കോട് നഗരങ്ങളും പിറകിലുണ്ട്. കോർപറേഷൻ, മുനിസിപ്പാലിറ്റി, പഞ്ചായത്ത് തുടങ്ങിയ പ്രാദേശികഭരണസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നല്ല രീതിയിലുള്ള നികുതി വരുമാനം ലഭ്യമാക്കുവാനും ഈ കമ്പനികൾക്ക് സാധിക്കുന്നു. വൻ ബ്രാൻഡുകളുടെ ഹോർഡിംഗുകൾ കൂടാതെ ചെറിയ തോതിലുള്ള പ്രാദേശിക സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ബിൽബോർഡുകളും ധാരാളമായി സ്ഥാപിക്കപ്പെടുന്നുണ്ട്. രാഷ്ട്രീയ, ട്രേഡ് യൂണിയനുകൾക്കും സാമൂഹ്യ-കലാ-സാംസ്കാരിക- സിനിമാ- സാഹിത്യ- സംഘടനകളുമെല്ലാം ഈ മാദ്ധ്യമത്തെ വളരെയധികം ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഹോർഡിഗ് സ്ഥാപിക്കൽ, ഫ്ളക്സ് പ്രിന്റിംഗ് എന്നീ വ്യത്യസ്ത തൊഴിലുകൾ ധാരാളം പേർക്ക് ഉപജീവനമാർഗമാകുകയും ചെയ്യുന്നു.

ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്

പലപ്പോഴും വേണ്ടത്ര ശ്രദ്ധയോ മുൻകരുതലോ ഇല്ലാതെ സ്ഥാപിക്കപ്പെടുന്ന ഹോർഡിംഗുകൾ അപകടങ്ങൾക്ക് കാരണമാകുന്നുണ്ട്. ഫ്ളക്സും പാരിസ്ഥിതിക പ്രശ്നങ്ങളിൽ വില്ലനാകുന്നു. ഹോർഡിംഗുകൾക്ക് നിശ്ചിത വലിപ്പം പാലിക്കണമെന്ന വ്യവസ്ഥയില്ലാത്തതിനാൽ നഗരങ്ങളുടെ സൗന്ദര്യവൽക്കരണത്തെയും ബാധിക്കുന്നു. ഗൾഫ് - പാശ്ചാത്യ രാജ്യങ്ങളിലുള്ളതു പോലെ ഹോർഡിംഗുകൾക്ക് ഒരു വലിപ്പം നിശ്ചയിച്ചാൽ അനാരോഗ്യകരമായ മത്സരങ്ങൾ ഒഴിവാകുകയും വൃത്തിയും വെടിപ്പുമുള്ള ബിൽബോർഡുകൾ നഗരങ്ങളുടെ ഭംഗി വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും. വാണിജ്യപരസ്യങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കുവാൻ വഴിയരികിലെ വൃക്ഷങ്ങളെ ദുരുപയോഗിക്കുവാൻ പാടില്ലയെന്ന ഹൈക്കോടതി നിർദ്ദേശങ്ങൾ നിലനിൽക്കുമ്പോഴും പലരും മരങ്ങളിൽ ആണിയടിച്ച് പരസ്യങ്ങൾ തൂക്കുന്നു. വഴിയരികിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ടേണിങ്ങുകളിൽ കാഴ്ചമറയ്ക്കും വിധം ഫ്ളക്സുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നത് വളരെയധികം അപകടങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ജനങ്ങൾക്ക് സഹായകരമാംവിധം പ്രവർത്തിക്കേണ്ട രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടികളുടെ ഫ്ളക്സുകളാണ് ഇവയിൽ അധികവും. അല്പം സാഹോദര്യ ഭാവത്തോടെ തീരുമാനങ്ങളെടുത്താൽ ഇത്തരം അപകടങ്ങൾ ഒഴിവാക്കാവുന്നതാണ്.

യു.എസ്. പ്രസിഡന്റായിരുന്ന ലിൻ ബി. ജോൺസന്റെ ഭാര്യ ലേഡി ബേഡും ചില സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തകരും 1965ൽ അമേരിക്കയിലെ വാതിൽപ്പുറ പരസ്യങ്ങൾക്കെതിരെ രംഗത്തിറങ്ങുകയുണ്ടായി. യാതൊരു നിയന്ത്രണവുമില്ലാതെ സ്ഥാനത്തും അസ്ഥാനത്തും സ്ഥാപിച്ച ഹോർഡിംഗുകൾ



നീക്കം ചെയ്യുവാൻ അധികൃതർ ഉത്തരവായി. വീഥികൾ മനോഹരമായി സംരക്ഷിക്കേണ്ടതിന്റെ അനിവാര്യത അവർ അടിവരയിടുകയായിരുന്നു. അങ്ങനെ സർക്കാർ ഹൈവേ ബ്യൂട്ടിഫിക്കേഷൻ ആക്ട് നടപ്പാക്കി. തുടർന്ന് അമേരിക്കയിലെ എല്ലാ സംസ്ഥാനങ്ങളിലും ബിൽബോർഡ് സ്ഥാപിക്കുന്നതിൽ നിയന്ത്രണം ഏർപ്പെടുത്തി. ഈ നിയമം നമുക്കും മാതൃകയാക്കാവുന്നതാണ്.

1990 കളിൽ കോഴിക്കോട് നഗരത്തിൽ കൂണുകൾ പോലെയാണ് ഹോർഡിംഗുകൾ സ്ഥാപിച്ചിരുന്നത്. 2001ൽ കോർപറേഷൻ അടിയന്തിരമായി ഇടപെട്ട് അവയെല്ലാം നീക്കം ചെയ്യുകയും നഗരത്തിൽ തോന്നിയ ഇടങ്ങളിൽ ഹോർഡിംഗുകൾ സ്ഥാപിക്കാമെന്ന നിലയിൽ മാറ്റം വരികയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ മാനാഞ്ചിറയടക്കമുള്ള പ്രദേശങ്ങളുടെ മുഖച്ഛായ തന്നെ മാറിയത് ശ്രദ്ധേയം.

ദിനംപ്രതി ഉടലെടുക്കുന്ന പുതിയപുതിയ ആശയങ്ങളെ ഉൾക്കൊണ്ടുകൊണ്ടും എല്ലാവിധ നിയമങ്ങളേയും പാലിച്ചുകൊണ്ടും സ്തുത്യർഹമായ നിലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പല OOH സ്ഥാപനങ്ങളും നമുക്കുണ്ട്. നവ മാധ്യമമായ സൈബർ മീഡിയ അച്ചടി, ടിവി, റേഡിയോ എന്നിവയ്ക്കു വെല്ലുവിളിയാകുമ്പോഴും ശക്തമായി മുന്നേറുന്ന മാധ്യമമാണ് OOH.

സുരക്ഷാ മാനദണ്ഡങ്ങൾ പാലിച്ചുകൊണ്ട് ഹോർഡിംഗുകൾ സ്ഥാപിക്കുക. ഫ്ളക്സിനു



പകരം പരിസ്ഥിതി സൗഹാർദപരമായ മെറ്റീരിയലുകൾ ഉപയോഗിക്കുക. LED പോലെ ആധുനിക ഡിസ്പ്ലേ മാദ്ധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുക തുടങ്ങി നിരവധി പരിഹാര മാർഗങ്ങളിലൂടെ വാതിൽപുറ (OOH) പരസ്യങ്ങളുടെ അനന്ത സാദ്ധ്യതകൾ നമുക്കു പ്രയോജനപ്പെടുത്താം. •



കൂത്രാടൻ അഹ്മദ് കുട്ടി

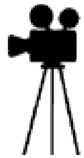
CLUB FM UAE





CREW

Cast	: Dulquer Salmaan
Producer/Director	: Sijoy Varghese
Director	: Abin Cleatus
DOP	: Jomon T John
Costume Stylist	: Sameera Saneesh
Fashion Photographer	: Shaani
Make up & Hair	: Sami Biju Bhaskar
Editor	: Kiran Thomas
Art	: Jithu Sebastian
Prodn	: Javed Chempu
Line Producer	: Jeni
Accounts Manager	: Justine Thomas
ADs	: Avinash Nair, Alwin Cleatus, Emil Don,Vinu Vincent
Post Production Head	: Dinu Paul



Life Valley International School

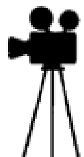






CREW

Client	: Life Valley International School
Agency	: Creative Minds
Production House	: Steamengine films
Director	: Prasanth Murali
Cinematographer	: Prakash Velayudhan
Editor	: Nikhil Venu
Colourist	: Vyshak Shiva
Music	: Jecin George
Models	: Avy, Khalhaara
Make-up	: Jayesh Krishna
Costumes	: Dhanya
Art Director	: Lakshman G Malam
Production Controller	: Nisar Edatala
Production Co-Odinator	: Vineeth Thomas





അളന്നെടുക്കുന്ന സംതൃപ്തി

കസ്റ്റമറുടെ തൃപ്തി അളക്കുന്നതിന്റെ ആവശ്യം എന്ത് ? അത് എങ്ങനെ ചെയ്യാം?

ബിസിനസ് രംഗത്ത് ദീർഘകാല അനുഭവസമ്പത്തുള്ള ബോബൻ കൊള്ളന്നൂറിന്റെ അവലോകനം

ഉൽപന്നമോ സേവനമോ എന്തു തന്നെയായലും ഇന്നത്തെ മത്സരപൂർണമായ കമ്പോളത്തിൽ വിജയിക്കുവാൻ കസ്റ്റമറുടെ സംതൃപ്തി ഉറപ്പുവരുത്തിയേ തീരൂ. ഗുണമേന്മയുള്ള സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകിയെങ്കിൽ മാത്രമേ കസ്റ്റമർ തൃപ്തിപ്പെടുകയുള്ളൂവെന്ന് ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നവർക്ക് അറിവുള്ള കാര്യവുമാണ്. എങ്കിലും കസ്റ്റമറുടെ സംതൃപ്തി അളന്നു നോക്കുന്നത് എങ്ങനെ എന്നത് എല്ലാവർക്കും ഒരുപോലെ പ്രാപ്യമല്ലതാനും.

കിടമത്സരം വർദ്ധിക്കുമ്പോൾ ഗുണമേന്മയെ കേന്ദ്രീകരിച്ചുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ കസ്റ്റമറെ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുവാനുള്ള തന്ത്രങ്ങളായി രൂപാന്തരം പ്രാപിക്കും. ദീർഘകാലാടിസ്ഥാനത്തിൽ നില നിൽക്കുന്ന ലാഭസാദ്ധ്യതയ്ക്കുള്ള പ്രധാന ഉപായം നിങ്ങളുടെ ഉല്പന്നങ്ങളേയും സേവനങ്ങളേയും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുകയും അവ മറ്റുള്ളവർക്കു ശുപാർശ ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നവരാക്കി കസ്റ്റമറെ മാറ്റിയെടുക്കുക എന്നതാണ്. കസ്റ്റമർ മുടക്കുന്ന പണത്തിനും സമയത്തിനും പൂർണമായ മൂല്യം ലഭിക്കുന്നുവെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇതു സാദ്ധ്യമാകയുള്ളൂ. കസ്റ്റമർക്കു മൂല്യം ലഭ്യമാക്കുവാൻ സ്ഥാപനം ചെയ്യേണ്ടത് കസ്റ്റമറുടെ ആഭിരുചിയും ആവശ്യങ്ങളും പ്രതീക്ഷകളും തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അവ നിവർത്തിക്കുക എന്നതാണ്. അവരുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസൃതമായി ഉൽപന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ആവിഷ്ക്കരിക്കുകയാണ് വേണ്ടത്.

ഉൽപന്നത്തിന്റെയും സേവനത്തിന്റെയും ഗുണമേന്മ മെച്ചപ്പെട്ടുകഴിഞ്ഞാൽ അവ കസ്റ്റമറെ എത്രമാത്രം തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നു എന്നും കണ്ടെത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിന് വ്യവസ്ഥാപിതമായ ഒരു കസ്റ്റമർ തൃപ്തി സൂചിക (Customer Satisfaction Index) ഏർപ്പെടുത്തേണ്ടതാണ്. ക്രമമായ ഇടവേളകളിൽ ഈ സൂചിക നിരീക്ഷണ വിധേയമാക്കുകയും സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് ആവശ്യമായ പദ്ധതികൾ രൂപീകരിക്കുകയും ചെയ്യണം. കമ്പോളത്തിലുള്ള കേന്ദ്രീകരണം വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുന്നതിന് വേണ്ട തന്ത്രങ്ങളും പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള പ്രവർത്തന പദ്ധതികളും രൂപീകരിക്കുന്നതിന് CSI വളരെ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. CSI ഏർപ്പെടുത്തുക വഴി കമ്പോളത്തിൽ തങ്ങൾക്കുള്ള പ്രത്യാഘാതം നിരീക്ഷിക്കാൻ ഒരു സ്ഥാപനത്തിനു കഴിയും.

രീതിശാസ്ത്രം: വ്യവസായത്തേയും ഇനം തിരിവിനേയും അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തിയാണ് CSI ഏർപ്പെടുത്തുക. CSIസ്ഥാപിക്കുന്നതിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന നടപടികൾ ഏകദേശം താഴെപ്പറയുന്ന തരത്തിലാണ്. കസ്റ്റമർ കാണുന്ന തരത്തിൽ സേവനമോ ഉൽപന്നമോ ആയി ബന്ധപ്പെട്ട സവിശേഷതകൾ നിർണ്ണയിക്കുക. ഉൽപന്നത്തിന്റെയോ സേവനത്തിന്റെയോ പ്രകടനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട എല്ലാ ഘടകങ്ങളുടെയുമായി സമഗ്രമായി ഒരു

പട്ടിക ഉണ്ടാക്കുക എന്നതാണ് ഇത്തരം വ്യായാമത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം.

ഗുണപരമായ ഗവേഷണം ഉപയോഗിക്കുക വഴിയാണ് ഇത് സാധിക്കുക. കേന്ദ്രീകൃത ഗണം (Focus group) അഗാധതല കൂടിക്കാഴ്ചകൾ (depth interview) തുടങ്ങി പര്യവേഷണ ഗവേഷണ സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ട് ഈ സവിശേഷതകൾ നിർണ്ണയിക്കാവുന്നതാണ്. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഗവേഷണം നിർവ്വഹിക്കുമ്പോൾ വിപണിയിലെ എല്ലാ അംശഖണ്ഡങ്ങളേയും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ ചെലുത്തേണ്ടതാണ്. മേൽപറഞ്ഞ സവിശേഷതകളെ അർത്ഥപൂർണ്ണമായ ഗണങ്ങളാക്കി തിരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു എക്സ്പ്രസ്സ് കമ്പനിക്കും ദൗത്യവാഹകന്റെ കൃത്യനിഷ്ഠ, അയാളുടെ അറിവ്, പെരുമാറ്റം, മുതലായവയെ പിക്അപ്, സേവനമോ ഡെലിവറി സേവനമോ ആയി ബന്ധപ്പെട്ട ഗുണങ്ങളായി തരംതിരിക്കാവുന്നതാണ്. സവിശേഷതകളെ തരംതിരിക്കുവാനായി ഇവിടെ കമ്പനിയുടെ ആഭ്യന്തരമായ ധാരണയെ വിനിയോഗിക്കുന്നു. ഇതിന് കാരണം കസ്റ്റമർ ആഭ്യന്തര പ്രക്രിയയുടെ തരംതിരിവിനെ കുറിച്ചു ബോധവാനല്ല എന്നതാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ടെലിഫോണിൽ സംഭാഷണം സുഖകരമാകുന്നത്, സംഭാഷണം നടക്കാതെ ഫോൺ ഹോൾഡിൽ വെയ്ക്കേണ്ടി വരുന്നത്, ടെലിഫോണിലൂടെ വിവരം ലഭിക്കുന്നത് തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളെ കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾ സൂചിപ്പിയ്ക്കാറുണ്ടല്ലോ. മിക്ക സേവന സ്ഥാപനങ്ങളിലും ആഭ്യന്തരമായി ഈ പ്രവർത്തികൾ കസ്റ്റമർ സേവനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു നില്ക്കുന്നു.



പല പ്രമുഖ സേവന സ്ഥാപനങ്ങളുമിന്ന് ക്രമമായി കസ്റ്റമർമാരുടെ തൃപ്തി അളന്നു നോക്കുക പതിവാണ്. മിക്കവാറും എല്ലാ ഗവേഷണ ഏജൻസികളും കസ്റ്റമറുടെ തൃപ്തി അളക്കുന്നതിന് പ്രത്യേക സേവനങ്ങൾ മുന്നോട്ടു വെയ്ക്കുന്നു.

കസ്റ്റമറുടെ വലിയൊരു ഛേദമുഖം സൂചിപ്പിക്കാത്ത സവിശേഷതകളെ ഒഴിവാക്കുന്നതിൽ അല്പമൊരു വിവേചനം പ്രദർശിപ്പിക്കേണ്ടതുണ്ട്. എത്ര പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് ഈ സവിശേഷതകൾ എന്ന് നിർണ്ണയിക്കുകയാണ് അടുത്തപടി. തങ്ങൾ കാണുന്ന തരത്തിൽ കസ്റ്റമർമാർക്കുള്ള ആപേക്ഷികമായ സ്ഥാനങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ്? സവിശേഷതകളിൽ ഉപഭോക്താവിന്റെ സംതൃപ്തി എവിടെ? മാനപരമായ ഗവേഷണ സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിയ്ക്കുക എന്നതാണ് ഇതിനർത്ഥം.

ഇത് നിർവ്വഹിക്കുന്നത് ഒരു ചോദ്യാവലി ഉപയോഗിക്കുക വഴിയാണ്. ഒന്നുകിൽ സാമ്പിളായി തിരഞ്ഞെടുത്ത ചില കസ്റ്റമർമാരിലോ അതല്ലെങ്കിൽ എല്ലാ കസ്റ്റമർമാരിലുമോ ഇതുപയോഗിക്കാം. നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്തൃ അടിസ്ഥാനത്തിന്റെ പ്രകൃതത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമാണിത്. കസ്റ്റമർമാരുടെ വലിയൊരു അടിസ്ഥാനമുള്ള അവസ്ഥയിൽ വരുമാനത്തിന് കാര്യമായി മുതൽ കൂട്ടുന്ന ഏറ്റവും മുന്തിയ സ്രോതാവിനെ പൂർണ്ണമായി പഠിക്കുകയും ബാക്കിയുള്ളവർക്ക് പ്രാതിനിധ്യ സ്വഭാവമുള്ള ഒരു സാമ്പിൾ ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് അഭികാമ്യം.

സവിശേഷതകളുടെ പ്രാധാന്യം കണ്ടുപിടിയ്ക്കാനായി പ്രതികരണങ്ങളും അവയിലെ ഇപ്പോഴത്തെ തൃപ്തി നിലവാരവും വിശകലനം ചെയ്യുന്നു. അംശഖണ്ഡം, ശാഖ, ഉല്പന്നം, സേവനം എന്നിവയെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി ഈ വിശകലനം സാധിയ്ക്കാവുന്നതാണ്.

ഫലങ്ങളെ മെച്ചപ്പെടുത്താനുള്ള മേഖലകളുടെ മുൻഗണന നിശ്ചയിക്കുന്നതിൽ ഇത്തരം പഠനങ്ങളുടെ ഫലങ്ങൾക്ക് വളരെ പ്രയോജനകരമായിരിക്കും. യാതൊരു സ്ഥാപനത്തിനും അപരിമിതമായ വിഭവങ്ങളില്ല. സ്വന്തം സംതൃപ്തി നിർണ്ണയിക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും പ്രധാനമായി കസ്റ്റമർ കാണുന്ന സവിശേഷതകളെ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതാണ് ഉത്തമം. മാനേജ്മെന്റ് ചെയ്യേണ്ടത് CSIയുടെ ഫലങ്ങൾ താഴെ കാണിച്ചതുപോലെ ഒരു പ്രവർത്തന പട്ടിക (action matrix) തയ്യാറാക്കുകയാണ്.

സർവ്വേയിൽ കണ്ടെത്തുന്ന വിടവുകൾ നേരിടുവാൻ തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്കരിയ്ക്കുകയെന്നതാണ് അടുത്തപടി. താഴെ പറയുന്ന രീതിയിലാണ് ഇത് ചെയ്യുക.

കാര്യമായ പ്രാധാന്യമുള്ളതെന്ന് കണക്കാക്കുന്നതെങ്കിലും സംതൃപ്തിയുടെ കാര്യത്തിൽ തനതായ സവിശേഷതകൾക്ക് പ്രവർത്തനത്തിനുള്ള പ്രഥമ ഗണന നൽകേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്. മോശം പ്രകടനത്തിനുള്ള വിശകലനം പഠിച്ച് പരിഹാരങ്ങൾ ഉളവാക്കണം.

കാര്യമായി പ്രാധാന്യമുള്ളതായി കണക്കാക്കുന്നതും സംതൃപ്തിയുടെ കാര്യത്തിൽ ഉയർന്നതുമായ സവിശേഷതകൾ വിശകലനം ചെയ്യണം. എന്താണ് ശരിയായി ചെയ്യുന്നതെന്ന് നിശ്ചയിക്കാനും അതു തുടരുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്താനുമാണിത്. ഇതിൽ നിന്ന് പഠിക്കുന്നത് പ്രസക്തമായിടത്തൊക്കെ പ്രയോഗിക്കയും വേണം.

ഏതൊക്കെ സവിശേഷതകളാണ് ആഭ്യന്തര ശ്രദ്ധയുടെയും വിഭവങ്ങളുടേയും ഉന്നത നിലവാരം ആവശ്യപ്പെടുന്നതെന്ന് തിരിച്ചറിയുക. അവ പ്രാധാന്യമുള്ളതെന്ന് കസ്റ്റമർമാർ കാണുന്നില്ലെങ്കിൽ ശ്രദ്ധ മറ്റിടങ്ങളിലേക്ക് തിരിച്ചു വിടുക.

ആവശ്യമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിയതിനു ശേഷം ക്രമാനുസാരിയായ അളവെടുക്കൽ തുട

രെ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. എത്രത്തോളം തുടരെയെന്നത് വ്യവസായത്തിന്റെ പ്രകൃതത്തെയും കസ്റ്റമർ അടിസ്ഥാനത്തെയും ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. ചില പ്രത്യേകതരം കസ്റ്റമർമാരുടെ കാര്യത്തിൽ അതൊരു പ്രതിമാസ വ്യായാമമായിരിക്കും. ഏതാനും സുപ്രധാനമായ സവിശേഷതകൾ മാത്രം ക്രമമായ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിരീക്ഷണ വിധേയമാക്കുക. എല്ലാ സവിശേഷതകളുടെയും സമ്പൂർണ്ണ നിരീക്ഷണം ദീർഘ ഘട്ടങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിർവ്വഹിക്കുകയും ചെയ്യുക.

CSIനടപ്പാക്കൽ: മേൽപ്പറഞ്ഞ രീതി സാമാന്യം സരളവും ചിലവു കുറഞ്ഞതുമായിരിയ്ക്കെ CSIനടപ്പിൽ വരുത്തുക അത്ര എളുപ്പമല്ല. സ്ഥാപനത്തിന്റെ നടപടിക്രമങ്ങളിലും നയങ്ങളിലും സംസ്കാരത്തിലും പ്രതിഫല സമ്പ്രദായത്തിലുമൊക്കെ സാരമായ മാറ്റം ആവശ്യമാണ്. കസ്റ്റമറുടെ തൃപ്തി സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം എന്ന നിലയിൽ മാനേജുമെന്റിന് പ്രതിബദ്ധതയില്ലെങ്കിൽ സ്ഥാപനത്തിലെ വെറുമൊരു കമ്പമായി CSI അവശേഷിക്കും.

എന്നാൽ സ്ഥാപനം CSIയോട് പ്രതിബദ്ധമാണെങ്കിൽ ദീർഘകാല ലാഭസമ്പാദനത്തിനുള്ള പ്രധാനോപായം കസ്റ്റമർമാരെ നേടുകയും നിലനിർത്തുകയുമാണെന്ന് വിശ്വസിക്കുന്നുവെങ്കിൽ പരിപാടിയെ താഴെ പറയുന്നവ വിജയത്തിലെത്തിക്കും.

- സ്ഥാപനത്തിലുടനീളം എല്ലാവരെയും പരിപാടിയെപറ്റി അറിയിക്കുക. എന്തുകൊണ്ട് CSIനിർണ്ണയിക്കുന്നു, എങ്ങനെയത് നിർവ്വഹിക്കുന്നു, ഫലം എന്തുപോലിരിക്കും. എങ്ങനെയത് ഉപയോഗിക്കാം, മറ്റുള്ളവർ എങ്ങനെയത് ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നു എന്നതൊക്കെ പരിപാടി ആരംഭിക്കുന്നതിന് മുൻപ് സംവേദനം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്.
- കഴിയുന്നത്ര വേഗം ഓരോരുത്തരേയും പരിപാടിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുക. സേവനം കസ്റ്റമർമാരുടെ അടുത്തെത്തിക്കുന്ന ഓപ്പറേഷൻസ് വകുപ്പ് പ്രത്യേകിച്ചും ഇതു ശ്രദ്ധിക്കണം. വെറുമൊരു വിപണന പ്രവർത്തനമായി ഇതിനെ കാണരുത്.
- കഴിയുന്നത്ര വിപുലമായി ഫലങ്ങൾ പങ്കുവെയ്ക്കുക. ഫലം എളുപ്പം മനസ്സിലാകുന്ന ഭാഷയിൽ വിശദീകരിക്കുക.
- CSI കണ്ടെത്തുന്നതിനോട് എല്ലാ തലത്തിലും പ്രതിഫലങ്ങൾ കൂട്ടിയിണക്കുക
- പ്രവർത്തന പദ്ധതികൾക്ക് തുടർ പ്രവർത്തനം നടത്തുക
- ക്രമമനുസരിച്ച് അളവുകൾ നിർവ്വഹിക്കുക. പ്രസ്തുത മാനദണ്ഡങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് തന്ത്രങ്ങൾ നിശ്ചയിക്കുകയും ചെയ്യുക.

പല പ്രമുഖ സേവന സ്ഥാപനങ്ങളുമിന്ന് ക്രമമായി കസ്റ്റമർമാരുടെ തൃപ്തി അളന്നു നോക്കുക പതിവാണ്. മിക്കവാറും എല്ലാ ഗവേഷണ ഏജൻസികളും കസ്റ്റമറുടെ തൃപ്തി അളക്കുന്നതിന് പ്രത്യേക സേവനങ്ങൾ മുന്നോട്ടു വെയ്ക്കുന്നു.

ചില ഉപഭോക്തൃ ഉൽപന്ന കമ്പനികളും വ്യവസായോൽപന്ന കമ്പനികളും CSI സമീപനം ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നു. സ്ഥാപനത്തെ കസ്റ്റമറിൽ കേന്ദ്രീകരിച്ചതാക്കാനും ആഭ്യന്തര സംസ്കാരത്തെ ബാഹ്യ അവസ്ഥകളുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തുവാനും ഉതകുന്ന പരിഹാരം സ്ഥാപനത്തിനു നൽകാൻ കസ്റ്റമറുടെ തൃപ്തി അളക്കുന്നതുമൂലം സാധിക്കും. അത്തരമൊരു പരിപാടിയുടെ പ്രതിഫലങ്ങൾ തൃപ്തരായ കസ്റ്റമർമാരും കൂടുതൽ സന്തുഷ്ടരായ ജീവനക്കാരും കൂടുതൽ വലിയ ലാഭസാദ്ധ്യതയുമാണ്. •



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

പുസ്തക പരിചയം

ADVERTISING CREATIVE STRATEGY, COPY, DESIGN 3rd Edition

by Tom Altstiel, Jean M. Grow (Author)



പരസ്യ മേഖലയെക്കുറിച്ച് അറിവ് പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന പുസ്തകമാണ് Advertising Creative: Strategy, Copy, Design. പരസ്യ രംഗത്തെ ഏറ്റവും പുതിയ പ്രവണതകൾ, സ്ട്രാറ്റജി, ധാരണകൾ, രൂപകൽപ്പനയും മീഡിയായുടെയും സാങ്കേതികവിദ്യയുടെയും സംയോജനം എന്നിവയാണ് ആദ്യപതിപ്പിൽ Tom Altstiel ഉം Jean M. Grow ഉം പറഞ്ഞുവയ്ക്കുന്നതെങ്കിൽ മൂന്നാം പതിപ്പിൽ പരസ്യ മേഖലയിലെ വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രൊഫഷണലുകൾക്കും പ്രധാന്യം നൽകിക്കൊണ്ട് ചിത്രങ്ങളും ചില തത്ത്വങ്ങളും കൂട്ടിചേർത്തു. Tom Altstiel Jean M. Grow ന്റെയും അനുഭവസമ്പത്തിലൂടെ ആർജ്ജിച്ചെടുത്ത അറിവുകളുടെ സംക്ഷിപ്ത രൂപമാണ് ഇവർ ഇതിൽ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നത്. തീർച്ചയായും ഈ കൈപുസ്തകം പരമ്പരാഗത മാധ്യമ വിഷയങ്ങൾക്ക് അപ്പുറം ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതിക വിദ്യയും ഇത്തരത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങളും ഉദാഹരണങ്ങൾ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി വിവരിക്കുന്നു. 448 പേജുകളുള്ള Advertising Creative: Strategy, Copy, Design പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരിക്കുന്നത് SAGE Publications ആണ്. ഓൺലൈൻ സൈറ്റുകൾ വഴി ഈ ബുക്ക് വാങ്ങാവുന്നതാണ്.

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

RETAILERS

Most dictionaries define retailing as "the sale of goods in small quantities to ultimate consumers". The word retailer is of French origin, meaning 'to cut again'. It is exactly and literally so and is meaningful that retail trade is one that cuts off smaller portion from large lump of goods. From the bulk of products by the wholesaler, it is cut into small lots and distributed through retailers.

The retailer is the last link in the chain of distribution between the manufacturer and the ultimate consumer. When ordinary people and laymen speak of middlemen, they mostly think of the retail store, because this is the business establishment most consumers know best. Without retail stores to make the goods of industry conveniently available to millions of consumers, there could be no mass production. The industrial revolution never would have taken place in absence of retailers. The retail shop is one of the oldest and most universally used business establishments in any country.

Retailer and Retailing

A retailer or retail store is a business enterprise which sells primarily to ultimate consumers. The retailer is also known as a 'dealer '. The word 'distributor' is sometimes used wrongly to denote a retailer. The distributor is a wholesaling middleman and not at all a retailer.

Retailing on the other hand, includes all activities directly related to the sale of goods or services to the ultimate consumer. Irrespective of who sells, the distinction of retailing is normally made on the basis of to whom the products are sold. For example, if a manufacturer sells direct to the consumer that also is retailing. Even a wholesaler is said to be engaged in retailing when he sells directly to an ultimate consumer, although his main business may still be wholesaling. Therefore, it is remarked, "If the buyer in a transaction is an ultimate consumer, the seller in the same transaction is engaged in retailing."

Retailers are understandably concerned with their relationship with consumers and suppliers. They have been portrayed as the buying agents for their customers. It has been remarked that they are marketing or "merchandising arm" of many manufacturers.

Retailing- Functions

The retailing as seen above constitutes the final link in the distributive chain. Therefore it is responsible for the performance of several important marketing functions. Some of these functions are:

1. The physical movement and storage of goods
2. The transfer of title to goods

3. The provision of information concerning the nature and use of goods
4. The standardization, grading and final pro cessing of goods
5. The provision of ready availability
6. The assumption of risk concerning the precise nature and extent of demand
7. The financing of inventory and the extension of credit to consumers.

Services rendered by the Retailers

1. The retailer keeps stocks of different varieties of goods. An average consumer cannot afford to stock goods what he requires for everyday use. In other words, by holding stocks of these goods, the retailer relieves the consumer from performing this function for himself.
2. Most of the demand creation methods are undertaken by retailers for the manufacturers and the wholesalers. They arrange for display of goods, supply necessary information to the customers, and provide various similar services.
3. The retailer is an expert in the distribution of consumer's goods. Out of their experience, training and intimate knowledge of the goods, the retailers are in a position to help the customers in the proper selection of goods. The success of retailer in the business ultimately rests on the effective rendering of these services.
4. The retailer extends credit facilities to the consumers. This alone accounts for large sales volume.
5. Retailer provides many personal services to the customer, such as home delivery, after sales service etc.
6. For the manufacturers, a retailer collects trends in marketing, changes in fashion, etc. Further, it is through the retailer that a customer meets the manufacturer.

Kinds of Retailing

It is retailing where very drastic changes have occurred. Some institutions have disappeared whereas newer ones have been added. This process of deletion/addition still continues in newer forms. There are large-scale retailing shops together with very small units, both working simultaneously. They range from hawkers and pedlars, who have no permanent place, to well organized, settled retail shops like chain- stores, departmental stores, super bazars, etc.

Some of the important kinds of retailing business units are dealt here in some detail.



സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ തീപ്പൊരി പരസ്യത്തിൽ

അരക്ഷിത ബോധത്തിന്റെ പ്രകടനമാണ് സർഗ്ഗാത്മകത എന്നാണ് എന്റെ വിശ്വാസം. അംഗീകാരം നേടിയെടുക്കുവാനുള്ള ഒരു അഭിവാഞ്ച. സ്വയം സംശയിക്കുന്ന, അസ്വസ്ഥമായ ഒരു മനസ്സിൽ നിന്നാണ് സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ പൊരി ജനിക്കുന്നതും തീയായി വളരുന്നതും.

ജോൺ ഹെഗർട്ടി

ഒരു പരസ്യ ഏജൻസി പട്ടുസാരികൾ വിൽക്കുന്ന ഒരു വസ്ത്രശാലയുടെ പരസ്യം രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുകയാണ് എന്ന് സങ്കൽപ്പിക്കുക. ആ വസ്ത്രശാലയുടെ പാരമ്പര്യം, ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ ആ സ്ഥാപനത്തിനുള്ള സ്ഥാനം, സാരികളുടെ സവിശേഷത, മികവുകൾ, ലക്ഷ്യ സദസ്സിന്റെ അഭിരുചികൾ എന്നിങ്ങനെ, പരസ്യ നിർമ്മണത്തിനുള്ള മുന്നൊരുക്കങ്ങൾ എന്ന നിലയിൽ ഈ വിധമുള്ള ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരങ്ങൾ കണ്ടെത്തി, ആ പരസ്യം രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുന്നതിൽ സർഗ്ഗാത്മകമായ പങ്ക് വഹിക്കുന്നവരിൽ പ്രധാനികൾ കോപ്പിറൈറ്ററും, ആർട്ട് ഡയറക്ടറുമായിരിക്കും.

സാധാരണഗതിയിൽ ഏതെങ്കിലും ഭാഷാ സാഹിത്യത്തിൽ ബിരുദം, ജേർണലിസത്തിൽ ഡിപ്ലോമ, ചുരുക്കമായി പരസ്യകലയിൽ ബിരുദം, ഒക്കെ നേടിയവരുമായിരിക്കും കോപ്പി എഴുത്തുകാരായി പ്രവർത്തിക്കുന്നവർ. ഫൈനാർട്സ് ബിരുദധാരികളായിരിക്കും ആർട്ട് ഡയറക്ടർമാരായി പ്രവർത്തിക്കുന്നവർ. ഇത് ഒരു പൊതു നിയമമായി പറയുകയല്ല. ഇതിന് അപവാദങ്ങളായിട്ടുള്ള സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭകളെയും നിങ്ങൾ പരസ്യകലാരംഗത്ത് കണ്ടുമുട്ടും. സർവ്വകലാശാലയിൽ പഠിച്ച് ബിരുദമെടുക്കാൻ കഴിയുന്ന വിഷയമാണോ സർഗ്ഗാത്മകത? എന്നാൽ, ഉപഭോക്താവിനെ ഹഠാദാകർഷിക്കുന്ന ഒരു പരസ്യത്തിന്റെ സുപ്രധാന ഘടകമായി സർഗ്ഗാത്മകതയെ നമുക്ക് പ്രതിഷ്ഠിക്കേണ്ടിയും വരുന്നു.

പരസ്യത്തിന്റെ മുന്നൊരുക്കമായ ഗവേഷണം, വിപണന സിദ്ധാന്തങ്ങൾ, മാധ്യമങ്ങളുടെ തിരഞ്ഞെടുക്കൽ, എല്ലാം കഠിനമായ അധ്വാനത്തിലൂടെ, നമുക്ക് നേടിയെടുക്കാം. ഇതെല്ലാം കൂടെ തൊണ്ണൂറ് ശതമാനം വരുന്നു എന്നിരിക്കട്ടെ ബാക്കി പത്തു ശതമാനം മാത്രം വരുന്ന അംശമാണ് ഒരു പരസ്യത്തിലെ സർഗ്ഗാത്മകത. എന്നാൽ, ഈ പത്തു ശതമാനമല്ലേ ഒരു പരസ്യത്തിന്റെ തലവിധി നിർണ്ണയിക്കുന്നത്?

ഈ സർഗ്ഗാത്മകത എവിടെ നിന്നു വരുന്നു? സർഗാത്മക പ്രതിഭകളായ ജന്മസിദ്ധമായ കലാശേഷിയുള്ള വ്യക്തികളിൽ നിന്നോ? അതോ, ഉന്നത പരിശീലനം ലഭിച്ചവരിൽ നിന്നോ? ഒരു കാര്യം സത്യം. ഒരു നല്ല പരസ്യം സൃഷ്ടിക്കുവാനാശ്യമായ ക്രാഫ്റ്റ്, പഠിപ്പിക്കുവാൻ കഴിയും, എന്നാൽ, സർഗ്ഗാത്മകശേഷിയുടെ അടിസ്ഥാപരമായ ഭാവനാശേഷിയെ, പരിപോഷിപ്പിക്കുവാനേ കഴിയൂ.

മനുഷ്യന്റെ തലച്ചോറിനെ ഇടതുവലതു ഭാഗങ്ങളായി തിരിക്കുന്നു എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാം. ഈ രണ്ട് ഭാഗങ്ങളുടെയും പ്രവർത്തനങ്ങൾ രണ്ട് തലത്തിലാണ്. വലതുഭാഗത്തിന് ശേഷി കൂടുതലുള്ള വ്യക്തികൾ കലാഭിരുചി പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നവരായിരിക്കും. ഭാവനാശേഷി കൂടുതലുള്ളവരായിരിക്കും. എന്നാൽ, ഇടതു ഭാഗത്തിന് പ്രവർത്തനശേഷി കൂടുതലുള്ള ആളുകൾ യുക്തിചിന്തയും അച്ചടക്കവു മൊക്കെയുള്ളവരുമായിരിക്കും. ഇടതു തലച്ചോർ വ്യക്തികളെ സർഗ്ഗാത്മക ശേഷിയുള്ളവരാക്കി മാറ്റുക ദുഷ്കരമാണ്.

ചിക്കാഗോയിലെ ലിയോബർനറ്റ് ഏജൻസിയിലെ ടെഡ്ബെൽ, തന്റെ സർഗ്ഗാത്മക

സംഘത്തിലേക്ക് ആളുകളെ തെരഞ്ഞെടുത്തിരുന്നത് സവിശേഷ രീതിയിലാണ്. വിദ്യാഭ്യാസം പകുതിവെച്ച് ഉപേക്ഷിച്ച ഉഴപ്പന്മാരാരെയാണ് അദ്ദേഹം റിക്രൂട്ട് ചെയ്യുക. അദ്ദേഹം പറയുന്നു. പരസ്യത്തിന്റെ സർഗ്ഗാത്മകതയെക്കുറിച്ചൊന്നും അറിയാത്ത ഉഴപ്പന്മാരെയാണ് എനിക്ക് ആവശ്യം അവർക്ക് പരസ്യത്തിന്റെ നിയമങ്ങളൊന്നും അറിയില്ലെങ്കിൽ അത്രയ്ക്ക് നല്ലത്.

പക്ഷേ, ഗംഭീരൻ പരസ്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാനുള്ള ഒരു അഭിനിവേശം അവരിൽ ഉണ്ടായിരിക്കണം. പ്രതിഭ, ഉത്സാഹം, മെരുങ്ങാത്ത ഊർജ്ജം, ഇതൊക്കെ അവരിലുണ്ടാവണം. ഉഗ്രൻ പരസ്യങ്ങളോട് ഉഗ്രൻ പ്രണയവും! ലോകപ്രശസ്തമായ പരസ്യ ഏജൻസിയാണ് സാച്ചി ആന്റ് സാച്ചി. ഇതിന്റെ സ്ഥാപകരായ സാച്ചി സഹോദരന്മാരെ കുറിച്ചുള്ള ഒരു പുസ്തകമാണ് 'The Brothers- the Rise and Rise of Saatchi and Saatchi' ഇത് എഴുതിയത് ഇവാൻ ഫാല്ലൺ ആണ്. ഈ ഗ്രന്ഥത്തിൽ, സാച്ചി ആന്റ് സാച്ചിയിലെ സർഗ്ഗാത്മക സംഘത്തിൽ അംഗമായിരുന്ന ജോൺ ഹെഗർട്ടി ഇങ്ങനെ പറയുന്നു. 'അരക്ഷിതബോധത്തിന്റെ പ്രകടനമാണ് സർഗ്ഗാത്മകത എന്നാണ് എന്റെ വിശ്വാസം. അംഗീകാരം നേടിയെടുക്കുവാനുള്ള ഒരു അഭിവാഞ്ഛ. സ്വയം സംശയിക്കുന്ന, അസ്വസ്ഥമായ ഒരു മനസ്സിൽ നിന്നാണ് സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ പൊരി ജനിക്കുന്നതും തീയായി വളരുന്നതും.

ഒരു സാഹിത്യ സൃഷ്ടിയുടെയോ, ഒരു ദൃശ്യകലാസൃഷ്ടിയുടെയോ ഒക്കെ പിന്നിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ആ ദൈവീകമായ തീപ്പൊരി തന്നെയാണ് പരസ്യകലാസൃഷ്ടിയിലേർപ്പെടുന്ന ഒരു വ്യക്തിക്കുണ്ടാവേണ്ടത്.പക്ഷെ, ഒരു വ്യത്യാസമുണ്ട്. പരസ്യകലാസൃഷ്ടിയിലേർപ്പെടുന്നത് കൃത്യമായ ഒരു ലക്ഷ്യബോധത്തോടെയാണ്. അച്ചടക്കമുള്ള സ്വതന്ത്രാത്മാവുകൾ ആയിരിക്കും പരസ്യകലാരംഗത്തെ സർഗ്ഗപ്രതിഭകൾ.

സാരിയുടെ പരസ്യത്തിലേയ്ക്ക് തിരിച്ചുവരിക. ഏതൊരു പരസ്യവും രൂപകൽപ്പന ചെയ്യാൻ ആരംഭിക്കുന്നത് ഒരു ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫ്-നെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ്. ഏജൻസി നടത്തുന്ന ഗവേഷണ നിരീക്ഷണങ്ങളിലൂടെ എത്തിച്ചേരുന്ന, തങ്ങൾ പരസ്യം രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുവാൻ പോകുന്ന സാരിയുടെ വിക്രയാംശം, അഥവാ യു എസ്പി എന്താണെന്നും, അത് അനുവാചക ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റും വിധം കലാപരമായി എങ്ങനെ ആവിഷ്ക്കരിക്കാം എന്നും മറ്റുമുള്ള നിഗമനങ്ങളെയാണ് ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫ് എന്നു വിളിക്കുന്നത്. ഈ ചുരുക്കെഴുത്തിനെ ആശ്രയിച്ചാണ് ഏജൻസിയിലെ ക്രിയേറ്റീവ് ടീം തങ്ങളുടെ സർഗ്ഗാത്മക ആശയം വികസിപ്പിക്കുന്നത്.

ഈ ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫ് എഴുതുന്നത് ഏജൻസിയിലെ ക്രിയേറ്റീവ് ടീം തന്നെ ആയിരിക്കണം. ക്ലയന്റ് സർവീസ് ടീമും അക്കൗണ്ട്സ് ടീമും എല്ലാം ഇതിലേയ്ക്ക് തങ്ങളുടേതായ ആശയങ്ങൾ സംഭാവന ചെയ്തിരിക്കുമെങ്കിലും ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫ് എഴുതിക്കഴിയുമ്പോഴേയ്ക്കും തങ്ങൾ പരസ്യം ചെയ്യാൻ പോകുന്ന സാരിയുടെയും അത് വിൽക്കുന്ന വസ്ത്രശാലയുടെയും എല്ലാ


ടെഡ്ബെൽ


ജോൺ ഹെഗർട്ടി

ചരിത്രവും ഭൂമിശാസ്ത്രവും ശരീരവും ആത്മാവുമെല്ലാം ക്രിയേറ്റീവ് ടീം മനസ്സിലാക്കിക്കഴിഞ്ഞിരിക്കണം.

ഒരു ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തിൽ താഴെപ്പറയുന്ന ചോദ്യങ്ങൾക്കുള്ള ഉത്തരങ്ങളായിരിക്കും ഉണ്ടാകുക. പ്രസിദ്ധ ബ്രിട്ടീഷ് ക്രിയേററീവ് ഡയറക്ടറായ മൗറീസ് ഡ്രേക്ക് ആണ് ഈ ചോദ്യങ്ങളെ കുറിച്ച് പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്നത്.

1. എന്തുകൊണ്ട് നമ്മൾ പരസ്യം ചെയ്യുന്നു?
2. പരസ്യത്തിലൂടെ നേടേണ്ടത് എന്ത്?
3. ആർക്കാണ് ഈ ഉത്പന്നം പ്രയോജനപ്പെടുന്നത്?
4. പരസ്യത്തിലൂടെ നിങ്ങൾ നൽകുന്ന വാഗ്ദാനം എന്ത്?
5. എന്തുകൊണ്ട് അത്തരമൊരു വാഗ്ദാനം നിങ്ങൾ നൽകുന്നു?

പുതിയൊരു ഭാഷ ഉപയോഗിച്ച് പുതിയൊരു ദൃശ്യഭാഷ ഉപയോഗിച്ച്, ഒരു ക്രിയേറ്റീവ് ബ്രീഫിൽ പ്രസ്താവിച്ചിരിക്കുന്ന വസ്തുതകളെ പരസ്യത്തിലൂടെ ആവിഷ്കരിക്കുമ്പോൾ, തീർച്ചയായും അതിലെ സർഗ്ഗാത്മകമായ അംശം പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്നുണ്ട്.

മലയാളത്തിൽ ധാരാളമായി പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന സാരിപരസ്യങ്ങൾ ചേർത്ത് വെച്ച് നോക്കുമ്പോൾ നാം കണ്ടെത്തുന്ന ദു:ഖകരമായ സത്യം അവയിൽ പലതിലെയും സർഗ്ഗാത്മക അംശം ചൂടും ചൂരുമില്ലാത്തതാണ് എന്നതാണ്.

മോഡലുകൾ മാറുന്നു, തലക്കെട്ടുകൾ മാറുന്നു, സാരികൾ മാറുന്നു എന്നല്ലാതെ, ഉപഭോക്താവിനെ ഇളക്കിമറിക്കുന്ന, ശക്തമായ പ്രേരണ ചെലുത്തുന്ന പരസ്യങ്ങളായി അവ മാറുന്നുണ്ടോ? ഇല്ലെങ്കിൽ കാരണം ഇത്രമാത്രം- ഭാവനയിൽ, ചിത്രങ്ങളിൽ, രൂപഘടനയിൽ, വർണങ്ങളിൽ, പരസ്യ സന്ദേശത്തിൽ ഒക്കെ പ്രകടമാകുന്ന സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ അഭാവം. യഥാർത്ഥ സർഗ്ഗാത്മക ശേഷിയുള്ള പരസ്യകലാകാരന്മാർക്കേ അത് പരിഹരിക്കാൻ കഴിയൂ.



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ



സക്സസ് പിരമിഡ്



വലിയ വലിയ സ്വപ്നങ്ങൾ കാണുക

മനുഷ്യൻ ജീവിത വിജയം നേടാത്തത് വിജയിക്കാൻ കഴിയാത്തതു കൊണ്ടല്ല, മറിച്ച് എങ്ങനെ എന്ന് അറിഞ്ഞുകൂടാത്തതുകൊണ്ടാണ്.

– എം.ആർ കൂപ്മേയർ

മനസ്സ് എന്ന മഹാ മാന്ത്രികനാണ് നിങ്ങളുടെ ജീവിതം എങ്ങനെയായിരിക്കണമെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നത്.

മനസ്സിൽ വലിയ വലിയ ലക്ഷ്യങ്ങൾ പതിഞ്ഞിട്ടില്ലെങ്കിൽ നിങ്ങൾക്ക് വെറും നിലപ്പനകളായി കാലം കഴിച്ചുകൂട്ടേണ്ടിവരും.

മറിച്ച് വലിയൊരു ലക്ഷ്യം നിങ്ങൾക്ക് മുന്നിലുണ്ടെങ്കിൽ തീർച്ചയായും ഉയരങ്ങൾ കീഴടക്കാൻ കഴിയും.

നിങ്ങൾ ഒരു യാത്ര പോകുകയാണെന്ന് കരുതുക തൊട്ടുമുന്നിൽ ഒരു തീപിടുത്തമുണ്ടായി. ഒരു കെട്ടിടത്തിന് അതാ തീപിടിക്കുന്നു. ആളുകൾ പലയിടത്തു നിന്നുമായി ഓടിക്കൂടുന്നു. വെള്ളമൊഴിച്ച് തീ കെടുത്താം. ഫയർ ഫോഴ്സിന് ഫോൺ ചെയ്യണം. കെട്ടിടത്തിനുള്ളിൽ നിന്ന് ആളുകളെ പുറത്തിറക്കണം. അതിനകത്ത് വിലപ്പെട്ട വസ്തുക്കളുണ്ടെങ്കിൽ അതും പുറത്തു കൊണ്ടുവരണം. നിങ്ങൾ അന്ധാളിച്ചങ്ങനെ നിൽക്കുമ്പോൾ അതാ രണ്ടുപേർ ചാടിയിറങ്ങി തീ അണയ്ക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. അവർ മറ്റുള്ളവർക്ക് നിർദ്ദേശങ്ങൾ കൊടുക്കുന്നു. പൊടുന്നനെ നിങ്ങളുൾപ്പെടെ അവിടെ കൂടിയവരെല്ലാം ഒന്നൊന്നായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. അഗ്നിയെ വേഗത്തിൽ നിയന്ത്രണ വിധേയമാക്കാൻ നിങ്ങൾക്ക് കഴിഞ്ഞു. ഇവിടെ നമുക്ക് കാണാൻ കഴിഞ്ഞത് ആദ്യം മുന്നിട്ടിറങ്ങിയ ആ രണ്ടുപേരുടെ നേതൃത്വഗുണമാണ്. ഒരു ലക്ഷ്യത്തിനുവേണ്ടി എല്ലാവരേയും ഒരുമിച്ചു നിർത്താൻ അവർക്കു കഴിഞ്ഞു. മറിച്ച് എല്ലാവരും കൂടി ഫയർ ഫോഴ്സിനെ വിളിക്കാനോ, അല്ലെങ്കിൽ പോലീസിലറിയിക്കാനോ പോയിരുന്നെങ്കിലോ? എറെ നാശനഷ്ടങ്ങളും ആളപായവും ഉണ്ടായേനെ.

അവസരത്തിനൊത്ത് ഉയർന്ന് എല്ലാവരുടേയും ശേഷിയും ഐക്യവും ഒരേ ലക്ഷ്യത്തിനുവേണ്ടി ഒരുമിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ് നേതൃത്വഗുണം. ലോകം അത്തരക്കാരെയാണ് തെരയുന്നത്.

ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യങ്ങളാണ് നിങ്ങളെ ഉന്നതിയിലെത്തിക്കുന്നത്. അത് ദീർഘവീക്ഷണത്തോടെയുള്ളതായിരിക്കണം. ആ ലക്ഷ്യത്തിലേക്കവർ ദൃഢനിശ്ചയത്തോടെ മുന്നേറുന്നു. ഔന്നത്യമാർന്ന ലക്ഷ്യമുള്ളവർ കുറവായിരിക്കും. ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യങ്ങൾ കണ്ട് അവ നേടാൻ ശ്രമിച്ച് പരാജയപ്പെടുന്നവരല്ല പ്രശ്നം. മറിച്ച് ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യങ്ങൾ ഇല്ല എന്നതാണ് – മുൻ രാഷ്ട്രപതി എ.പി.ജെ. അബ്ദുൾ കാലാമിന്റേതാ



എ.പി.ജെ. അബ്ദുൾ കലാം



ജാംഷെഡ്ജി ടാറ്റാ

ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യങ്ങളില്ലാത്തവർക്ക് ബിസിനസ്സിൽ ഉന്നതരാകാൻ കഴിയുകയില്ല. മിതമായനിലനിൽപ്പിനപ്പുറത്തേക്ക് ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് സ്വയം സഞ്ചരിക്കാനാവാത്തതെല്ലാം അല്പായുസ്സുകളായിരിക്കും. അവ സമൂഹത്തിൽ ഒരു ചലനവും സൃഷ്ടിക്കുകയില്ല. മഹത് വ്യക്തികൾ അവരുടെ ദൈനംദിന തീരുമാനങ്ങൾകൊണ്ടോ ദിനചര്യ കൊണ്ടോ തൃപ്തിപ്പെടുന്നില്ല.

ണ് ഈ വാക്കുകൾ. 2008-ൽ ഐക്യരാഷ്ട്ര സംഘടനയുടെ കീഴിലുള്ള ഏജൻസികളുടെ ലോക ഫെഡറേഷൻ ലോകം അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന 15 വെല്ലുവിളികൾ തിട്ടപ്പെടുത്തുകയുണ്ടായി. അതിൽ അഞ്ചാം സ്ഥാനത്തുള്ളത് രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ തീരുമാനങ്ങളിൽ ദീർഘകാല പരിപ്രേക്ഷ്യം (long term perspective) ഇല്ലാ എന്നുള്ളതാണ്. ലോകം ഇന്ന് അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധികളുടെ കാരണം പോലും ഇതാണെന്ന് അവർ പറയുന്നു.

രാഷ്ട്രനേതാക്കൾ തങ്ങളുടെ പിണിയാളുകളുടേയും തങ്ങളുടെ രാജ്യത്തിന്റെയും മാത്രം ലാഭം കണക്കാക്കി രൂപംകൊടുത്ത താൽക്കാലിക പദ്ധതികളാണ് ലോക സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥിതിയെ തകിടം മറിച്ചത്. ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ വികസനത്തിൽ ആ രാജ്യം മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്ന ദീർഘകാല പദ്ധതികൾ നിർണായകമാണ്.

ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യങ്ങളില്ലാത്തവർക്ക് ബിസിനസ്സിൽ ഉന്നതരാകാൻ കഴിയുകയില്ല. മിതമായനിലനിൽപ്പിനപ്പുറത്തേക്ക് ഉന്നതമായ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് സ്വയം സഞ്ചരിക്കാനാവാത്തതെല്ലാം അല്പായുസ്സുകളായിരിക്കും. അവ സമൂഹത്തിൽ ഒരു ചലനവും സൃഷ്ടിക്കുകയില്ല. മഹത് വ്യക്തികൾ അവരുടെ ദൈനംദിന തീരുമാനങ്ങൾകൊണ്ടോ ദിനചര്യ കൊണ്ടോ തൃപ്തിപ്പെടുന്നില്ല. ജീവിക്കുന്ന കാലഘട്ടത്തിന്റെ സ്വഭാവം മനസ്സിലാക്കി അവർ വ്യത്യസ്ത കാഴ്ചപ്പാട് രൂപീകരിക്കുന്നു. പലപ്പോഴും മറ്റുള്ളവർ കാണാത്തത് ഭാവിയിലേക്ക് നോക്കുമ്പോൾ ഇക്കൂട്ടർ കാണുകയും ചെയ്യുന്നു.

ശിപായിലഹള പരാജയപ്പെട്ടതോടെ ഇന്ത്യ തകർച്ചയുടെ വക്കിലായി. എങ്ങിനെ ഇന്ത്യയെ വ്യവസായ വൽക്കരണത്തിലേക്ക് കൊണ്ടുവരാമെന്ന് ബോംബെയിലെ തുണിവ്യാപാരിയായ ജാംഷെഡ്ജി ടാറ്റ ചിന്തിച്ചു. തികച്ചും ദീർഘവീക്ഷണമുള്ള ചിന്തകൾ. 1885 ൽ ഇന്ത്യൻ നാഷണൽ കോൺഗ്രസ്സിന്റെ ഉത്ഘാടന ചടങ്ങിൽ അദ്ദേഹം മൂന്നു കാര്യങ്ങൾ ഇന്ത്യയുടെ വളർച്ചയ്ക്കുവേണ്ടി അവതരിപ്പിച്ചു. ഒന്ന്, സ്റ്റീൽ നിർമ്മാണം. തദ്വാര സാങ്കേതിക വികസനം. രണ്ട്, ജലവൈദ്യുതി ഉൽപാദനം, മൂന്ന് ശാസ്ത്ര സാങ്കേതിക യൂണിവേഴ്സിറ്റി വിദ്യാഭ്യാസം. ഇവയൊക്കെ സ്ഥാപിക്കാൻ ടാറ്റ ബ്രിട്ടീഷുകാരോട് പടപൊരുതി.

അവയെല്ലാം സഫലമാക്കാൻ ആ മനുഷ്യൻ നിരന്തരം പ്രയത്നിച്ചു. അനന്തര തലമുറകളിലേക്കും ആ സന്ദേശം കൈമാറി. പുതിയ തലമുറയിലെ രത്തൻ ടാറ്റായും മുൻഗാമികളെപ്പോലെ രാജ്യനന്മയെ മുന്നിൽ കണ്ട് പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഇന്ത്യയെ ഇന്നും നയിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഉൾകാഴ്ചയുള്ള നേതാക്കൾ അഭിപ്രായങ്ങളുടെ പിറകെ പോകുകയല്ല. അവർ അഭിപ്രായങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

സാർവത്രിക ലോകത്തിൽ സംശുദ്ധ ബിസിനസ്സിന്റെ തലതൊട്ടപ്പൻമാരായിട്ടാണ് ടാറ്റാ കുടുംബം അറിയപ്പെടുന്നത്. പരമ്പരാഗതമായ പാഴ്സി പുരോഹിത വൃത്തിയിൽ നിന്നും ബിസിനസ്സ് രംഗത്തേക്കുള്ള ഈ കുടുംബത്തിന്റെ കാൽവയ്പ് യാദൃശ്ചികമായിരുന്നു.

പഴമയെ മുറുകെ പിടിച്ചുകൊണ്ടിരുന്നിട്ടു കാര്യമില്ലെന്നും എന്നാൽ പഴമയെ കൈവിടാതെതന്നെ പുതുമയെ പുൽകാനുള്ള അഭിവാഞ്ചയുമായി ഗുജറാത്തിലെ നവസാരിയിൽ നിന്നും നൂസർവാഞ്ജിയും കുടുംബവും ബോംബെയിൽ എത്തുന്നതോടെയാണ് ടാറ്റാകുടുംബത്തിന്റെ ബിസിനസ്സ് ചരിത്രം ആരംഭിക്കുന്നത്.

മൂല്യങ്ങൾക്കൊപ്പം പണത്തിന്റെ ശക്തിയും മാറ്റത്തിന്റെ കാറ്റും മുൻകൂട്ടിയറിഞ്ഞ നൂസർവാഞ്ജി കച്ചവട രംഗത്തേക്കിറങ്ങി. ഒരു സാധാരണ സ്ഥാപനം എന്ന നിലയിൽ നിന്ന് ഒരു സംരംഭം എന്ന നിലയിലേക്ക് ടാറ്റാ കുടുംബം വരുന്നത് നൂസർവാഞ്ജിയുടെ മകനായ ജാംഷെഡ്ജി



ഹോട്ടൽ താജ്

ബോംബെ നഗരത്തിന്റെ പ്രാധാനഭാഗത്ത് കടലിനഭിമുഖമായി അതിസുന്ദരമായൊരു ഹോട്ടൽ പണിതുയർത്തി. വാസ്തുശില്പകലയുടെ മികവ് തെളിയിക്കുന്ന താജ് മഹൽ ഹോട്ടൽ അക്കാലത്തെ ഏറ്റവും മുന്തിയ ലക്ഷ്വറി ഹോട്ടലായ താജിന്റെ മുന്നിൽ ഉദ്ഘാടനനാളിൽ ടാറ്റ വലിയൊരു ബോർഡ് നാട്ടി. "നായകൾക്കും ബ്രിട്ടീഷുകാർക്കും ഇവിടെ പ്രവേശനമില്ല"

ബോംബെയിൽ എത്തിയതോടുകൂടിയാണ്. വെറും 14 വയസ്സുള്ളപ്പോൾ കച്ചവടത്തിൽ പിതാവിനെ സഹായിക്കാനെത്തിയ ജാംഷെഡ്ജി ഇതോടൊപ്പം കലാലയ വിദ്യാഭ്യാസവും തുടർന്നു. വിദ്യയുടെ മഹത്വവും ബിസിനസ്സിന്റെ മാഹാത്മ്യവും മന:പാഠമാക്കിയ ആ ചെറുപ്പക്കാരൻ കേവലം ഒരു ബിസിനസ്സ് എന്നതിലുപരിയായി മറ്റൊരു തലത്തിലേക്ക് ചിന്തയെ രൂപപ്പെടുത്തി. ആധുനിക ബിസിനസ്സ് വിദഗ്ദ്ധർ 'വിഷൻ' എന്നും 'ഗോൾ' എന്നും മറ്റും വിശേഷിപ്പിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ നൂറ്റാണ്ടുകൾക്ക് മുമ്പ് സ്വന്തം ബിസിനസ്സിലൂടെ അവതരിപ്പിച്ച അതുല്യ പ്രതിഭയായിരുന്നു ജാംഷെഡ്ജി.

1868 ലാണ് ഇദ്ദേഹം തന്റെ പ്രഥമ ബിസിനസ്സ് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നത്. പിതാവിന്റെ ബിസിനസ്സിൽ 15 സംവത്സരക്കാലം ജോലി ചെയ്തതിന്റെ പ്രതിഫലമായി അദ്ദേഹം കൊടുത്ത 21,000 രൂപയുടെ മൂലധനത്തിലാണ് ജാംഷെഡ്ജി ടാറ്റ കമ്പനി തുടങ്ങുന്നത്. ആദ്യ കാൽവെയ്പ് പുകയില വ്യാപാരത്തിലായിരുന്നു.

ആദ്യ വർഷം തന്നെ ചിഞ്ച് പോക്ലിയിലെ ഓയിൽ മിൽ ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ട് കൊച്ചുടാറ്റ തന്റെ ബിസിനസ്സ് വ്യാപിപ്പിച്ചു. ആ ഓയിൽ മില്ലിനെ ഏറെ താമസിയാതെ കോട്ടൺ മില്ലാക്കി മാറ്റി അതിന് 'അലക്സാണ്ട്രമിൽ' എന്നു നാമകരണം ചെയ്തു. രണ്ടു വർഷം കൊണ്ട് ആ കോട്ടൺ മില്ലിനെ വികസിപ്പിക്കാവുന്നിടത്തോളം വികസിപ്പിച്ച ശേഷം നല്ല ലാഭത്തിന് അത് വിറ്റു. ആ പണംകൊണ്ട് നാഗ്പൂരിൽ സ്വന്തം കോട്ടൺ മിൽ തുടങ്ങി. എമ്പ്രസ് മിൽ എന്ന പേരിൽ പ്രശസ്തമായത് ടാറ്റായുടെ ഈ മില്ലാണ്.

തൊഴിൽ സ്ഥാപനത്തോടൊപ്പം തൊഴിലാളിക്കും തുല്യ പ്രാധാന്യം നൽകുന്ന ആധുനിക തൊഴിലാളി ക്ഷേമ സങ്കൽപ്പത്തിന്റെ തുടക്കവും ഇവിടെയാണ്. നൂറ്റാണ്ടുകൾക്ക് മുൻപ് ബോംബെയിലെ എൽഫിൻ സ്റ്റോൺ കോളേജ് ലൈബ്രറിയിൽ നിന്നും വായനയിലൂടെ സ്വാംശീകരിച്ച ജാംഷെഡ്ജിയുടെ മൂല്യവത്തായ ബിസിനസ്സ് എന്ന തന്റെ സങ്കല്പത്തെ സാധൂകരിക്കുന്ന വിധത്തിലാണ് ഇതുവരെയുള്ള ടാറ്റാ കുടുംബത്തിന്റെ ബിസിനസ്സ്.

ഇനി മറ്റൊരു കാര്യം കൂടി നാം ഓർക്കേണ്ടതുണ്ട്. ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകാലത്താണ് അവരോട് എതിർത്തുകൊണ്ട് തന്നെ തന്റെ വ്യവസായ സാമ്രാജ്യം ഇന്ത്യൻ മണ്ണിൽ പടുത്തുയർത്തിയത്. ഈ യാഥാർത്ഥ്യം പലരും ഇന്നു വിസ്മരിക്കുന്നു. ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകൂടത്തെ അനുകൂലിച്ചു നിന്നിരുന്നെങ്കിൽ അവരുടെ ആനുകൂല്യങ്ങൾ പറ്റിക്കൊണ്ട് ജാംഷെഡ്ജി ടാറ്റായ്ക്ക് തന്റെ വ്യവസായ സാമ്രാജ്യം അനായാസമായി കെട്ടിപ്പടുക്കാൻ കഴിയുമായിരുന്നു.

എന്നാൽ ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണത്തെ നഖശിഖാന്തം എതിർത്തുകൊണ്ട് മഹാത്മജിയോടൊപ്പം ഉറച്ചു നിൽക്കുകയാണ് ജാംഷഡ്ജി ചെയ്തത്. എന്തിനേറെ സ്വാതന്ത്ര്യസമരകാലത്ത് വിനിയോഗിക്കാനായി തന്റെ ഒപ്പു പതിപ്പിച്ച ഒരു ചെക്ക് തുക എഴുതാതെ ഗാന്ധിജിക്ക് ജാംഷഡ്ജി നൽകിയിരുന്നു.

ലക്ഷ്വറി ഹോട്ടലായ ടാജ് ഇന്ത്യയിൽ തുടങ്ങിയത് ജാംഷഡ്ജി ആയിരുന്നു. അതിനൊരു കാരണം കൂടിയുണ്ടായിരുന്നു. അദ്ദേഹം ഒരിക്കൽ ലണ്ടൻ സന്ദർശിച്ചപ്പോൾ അവിടെയുള്ള ചില വൻകിട ഹോട്ടലുകൾക്കു മുന്നിൽ പ്രത്യേകം ബോർഡ് വച്ചിരിക്കുന്നു. ''നായകൾക്കും ഇന്ത്യക്കാർക്കും പ്രവേശനമില്ല''.

ഇന്ത്യക്കാരേയും നായകളേയും ഒന്നുപോലെകാണുന്ന ബ്രിട്ടീഷുകാരന്റെ ധാർഷട്യം ജാംഷഡ്ജിക്ക് സഹിച്ചില്ല. ലണ്ടനിൽ നിന്നും മടങ്ങിയെത്തിയ അദ്ദേഹം ഉടൻതന്നെ ബോംബെ നഗരത്തിന്റെ പ്രാധാനഭാഗത്ത് കടലിനഭിമുഖമായി അതിസുന്ദരമായൊരു ഹോട്ടൽ പണിതുയർത്തി. വാസ്തുശില്പകലയുടെ മികവ് തെളിയിക്കുന്ന ടാജ് മഹൽ ഹോട്ടൽ. അക്കാലത്തെ ഏറ്റവും മുന്തിയ ലക്ഷ്വറി ഹോട്ടലായ ടാജിന്റെ മുന്നിൽ ഉദ്ഘാടനനാളിൽ ടാറ്റ വലിയൊരു ബോർഡ് നാട്ടി. ''നായകൾക്കും ബ്രിട്ടീഷുകാർക്കും ഇവിടെ പ്രവേശനമില്ല'' ഏറെനാൾ ആ ബോർഡ് ഹോട്ടലിനു മുന്നിൽ വയ്ക്കാൻ ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണാധികാരികൾ അനുവദിച്ചില്ല. എന്നാൽ തന്റെ ലണ്ടനിലുള്ള തിക്താനുഭവത്തിന് ജാംഷെഡ്ജി ടാറ്റ മധുരമായി പ്രതികാരം ചെയ്യുകയായിരുന്നു. ഇന്ത്യാക്കാരെ നായകളായി കാണുന്ന ബ്രിട്ടീഷുകാരുണ്ടെങ്കിൽ തങ്ങളെ ഭരിക്കുന്ന ബ്രിട്ടീഷുകാരെ നായകളെപ്പോലെ കരുതുന്ന ഭാരതീയരുമുണ്ടെന്നുള്ള തുറന്ന പ്രഖ്യാപനം കൂടിയായിരുന്നു ടാറ്റയുടെ ആ പ്രവൃത്തി.

ഇതിനു തക്കതായ ശേഷി സാധാരണക്കാരായ ഞങ്ങളിലുണ്ടോ എന്ന സംശയം ഇതാ ചിലരിലെങ്കിലും തലപൊക്കുന്നുണ്ട് അല്ലേ....? അവരോട് പറയാൻ ഒന്നേയുള്ളൂ. മർക്കസ് ഔറേലിയസ്സ് പറഞ്ഞ അതേ വാചകം തന്നെ.

വലിയ വലിയ സ്വപ്നങ്ങൾ കാണുക, വലിയ സ്വപ്നങ്ങൾക്കു മാത്രമേ ആത്മാക്കളെ ചലിപ്പിക്കാൻ കഴിയൂ.

നിങ്ങൾ കാണുന്ന വലിയ സ്വപ്നം. അത് നിങ്ങളുടെ രക്തത്തിൽ അലിഞ്ഞു ചേർന്നിരിക്കണം. നിങ്ങളെ ആ സ്വപ്നം കീഴ്പ്പെടുത്തണം. നിങ്ങളത് സ്വന്തം ഹൃദയത്തിലേറ്റി നടക്കണം. പാതിഹൃദയത്തോടെ നിങ്ങൾ കൊണ്ടുനടക്കുന്ന സ്വപ്നമെല്ലാം തകർന്നുവീഴുമെന്നത് തീർച്ചയാണ്. എന്നാൽ ജീവിതത്തിന്റെ ഓരോ നിമിഷവും നിങ്ങളുടെ ഹൃദയമിടിപ്പിനോടൊപ്പം, ഹൃദയതാളത്തിനൊപ്പം അതൊരു ശബ്ദമായി മാറണം. ഓരോ നിമിഷവും വിലപ്പെട്ടതാണ്. ഇതാ ഈ ഒരു നിമിഷത്തിലെടുക്കുന്ന തീരുമാനമായിരിക്കും നിങ്ങളുടെ ജീവിതത്തിലെ വലിയ സ്വപ്നം.

സ്വപ്നം സഫലമാക്കാനാകണം ഇനിയുള്ള ഓരോ നിമിഷവും ചെലവഴിക്കേണ്ടത്.

നിങ്ങൾ എങ്ങനെ സമയം ചെലവഴിക്കുന്നു എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചാണ് നിങ്ങളുടെ വിജയവും പരാജയവും വിലയിരുത്തുന്നത് അതുകൊണ്ട് ഇതാ ഈ നിമിഷം തന്നെ നിങ്ങളൊരു ഉറച്ച തീരുമാനമെടുക്കുക. നിങ്ങൾ കണ്ടവലിയ സ്വപ്നം അത് യാഥാർത്ഥ്യമാകുമെന്ന് ആത്മാർത്ഥമായി വിശ്വസിക്കുക. ചിന്തകരിൽ ശ്രദ്ധേയനായ എമേഴ്സൺ പറഞ്ഞ ഈ വാക്കുകൾ കൂടി കേൾക്കൂ.



നിങ്ങൾ കാണുന്ന വലിയ സ്വപ്നം. അത് നിങ്ങളുടെ രക്തത്തിൽ അലിഞ്ഞു ചേർന്നിരിക്കണം. നിങ്ങളെ ആ സ്വപ്നം കീഴ്പ്പെടുത്തണം. നിങ്ങളത് സ്വന്തം ഹൃദയത്തിലേറ്റി നടക്കണം. പാതിഹൃദയത്തോടെ നിങ്ങൾ കൊണ്ടുനടക്കുന്ന സ്വപ്നമെല്ലാം തകർന്നുവീഴുമെന്നത് തീർച്ചയാണ്.

പിടിച്ചെടുക്കാമെന്ന് ആര് വിശ്വസിക്കുന്നവോ അവനത് സാധിക്കും.

കൃത്യമായൊരു തീരുമാനമെടുക്കാൻ കഴിഞ്ഞാൽ തന്നെ പകുതി വിജയം കൈവരിച്ചു കഴിഞ്ഞു. ചൈനയിലെ വൻമതിലും ഈജിപ്തിലെ പിരമിഡും ദുബായിലെ ജെബൽ അലിഫ്രീ സോണുമൊക്കെ ആദ്യമൊരു കല്ല് വച്ച് പണിതുടങ്ങിയതാണെന്ന് ഓർക്കണം. ആയിരം മൈലുകളുള്ള യാത്രയുടെ ആരംഭം കുറിക്കുന്നത് ഒരു ചെറിയ കാൽ വയ്പ്പിലൂടെയാണ് എന്നറിയുക.

ജീവിതവിജയം അടങ്ങിയിരിക്കുന്നത് നല്ലചീട്ടുകൾ കൈവശമാക്കിയതിലല്ല നിങ്ങൾ ആ ചീട്ടുകൊണ്ട് ഏറ്റവും നന്നായി കളിക്കുന്നതിലാണ്.

ജോഷ് ബില്ലിങ്സ്



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.



HEALTH INSURANCE – ESSENTIAL PROTECTION FOR CONSUMERS - Part 4

ii) Other Exclusions

1. Insurers will not make any payment for any claim in respect of any Insured Person directly or indirectly for, caused by, arising from or in any way attributable to any of the following unless expressly stated to the contrary in this Policy

i) War or any act of war, invasion, act of foreign enemy, war like operations (whether war be declared or not or caused during service in the armed forces of any country), civil war, public defence, rebellion, revolution, insurrection, military or usurped acts, nuclear weapons/ materials, chemical and biological weapons, radiation of any kind. (Applicable to all insurance policies)

ii) Any Insured Person committing any breach of any law with criminal intent, arising out of or as a result of any act of self-destruction or self-inflicted injury, attempted suicide or suicide while sane

or insane.
(Specific to insurance of persons)

iii) Any Insured Person's participation or involvement in naval, military or air force operation, racing, diving, aviation, scuba diving, parachuting, hang-gliding, rock or mountain climbing.(Applicable to all policies of persons)

iv) No payment will be made for any act, event or circumstance which is prohibited by a government stipulation (Applicable to all policies)

iv) The abuse or the consequences of the abuse of intoxicants or hallucinogenic substances such as drugs and alcohol, including smoking cessation programs and the treatment of nicotine addiction or any other substance abuse treatment or services, or supplies. (Applicable to health insurance policy)

v) Treatment of Obesity or morbid obesity and any weight control program, where obesity means a condition in which the Body Mass Index (BMI) is above 29 and morbid obesity means a condition where BMI is above 37. (Applicable to health insurance policy)

vi) Psychiatric, mental disorders (including mental health treatments and, sleep-apnoea), Parkinson and Alzheimer's disease, general debility or exhaustion ("run-down condition"); external congenital diseases, defects or anomalies, genetic disorders; stem cell implantation or surgery, or growth hormone therapy. (Applicable health insurance policy)

vii) Venereal disease, sexually transmitted disease or illness; "AIDS" (Acquired Immune Deficiency Syndrome) and/or infection with HIV (Human immunodeficiency virus) including but not limited

to conditions related to or arising out of HIV/

AIDS such as ARC (AIDS related complex), Lymphomas in brain, Kaposi's sarcoma, tuberculosis. (Applicable to health insurance policy)

viii) Pregnancy (including voluntary termination), miscarriage (except as a result of an Accident or Illness), maternity or birth (including caesarean section) except in the case of ectopic pregnancy.

ix) Sterility, treatment whether to effect or to treat infertility, any fertility, sub-fertility or assisted conception procedure, surrogate or vicarious pregnancy, birth control, contraceptive supplies or services including complications arising due to supplying services. (Applicable to health insurance policies, but pregnancy and maternity can be covered in group insurance policies by paying additional premium)

x) Dental treatment and surgery of any kind, unless requiring Hospitalisation. (Dental treatment policies are possible as separate restrictive policies)

xi) Expenses for donor screening, or, donor treatment save as and to the extent provided in the coverage described in the coverage section above. In some policies donor expenses are not payable.

xii) Treatment and supplies for analysis and adjustments of spinal subluxation, diagnosis and treatment by manipulation of the skeletal structure or for muscle stimulation by any means (except treatment of fractures and dislocations of the extremities). (Specific to health insurance policies)

xiii) Nasal concha resection, circumcisions unless medically necessary, laser treatment for correction of eye due to refractive error, aesthetic or change-of-life treatments of any description such as sex transformation operations, treatments to do or undo changes in appearance or carried out in childhood or at any other times driven by cultural habits, fashion or the like or any procedures which improve physical appearance. (Specific to health insurance policies)

xiv) Plastic surgery or cosmetic surgery unless necessary as a part of medically necessary treatment certified by the attending Medical Practitioner for reconstruction following an Accident or Illness. (Specific to health insurance policies)

xv) Experimental, investigational or unproven treatment devices and pharmacological regimens, or measures primarily for diagnostic, X-ray or laboratory examinations or other diagnostic studies which are not consistent with or incidental to the diagnosis and treatment of the positive existence or presence of any Illness for which confinement is required at a Hospital. (specific to health insurance policies)

xvi) Any Convalescence, cure, rest cure, sanatorium treatment, rehabilitation measures, private duty nursing, respite care, long-term nursing care or custodial care. (specific to health insurance policies)

xvii) All preventive care, vaccination including inoculation and immunizations, any physical, psychiatric or psychological examinations or testing during these examinations; enteral feedings (infusion formulas via a tube into the upper gastrointestinal tract) and other nutritional and electrolyte supplements, unless certified to be



required by the attending Medical Practitioner as a direct consequence of an otherwise covered claim. (Specific to health insurance policies)

xviii) Charges related to a Hospital stay not expressly mentioned as being covered, including but not limited to charges for admission, discharge, administration, registration, documentation and filing. (Specific to health insurance policies)

xix) Items of personal comfort and convenience including but not limited to television, telephone, foodstuffs, cosmetics, hygiene articles, body care products and bath additive, barber or beauty

service, guest service as well as similar incidental services and supplies, and vitamins and tonics unless vitamins and tonics are certified to be required by the attending Medical Practitioner as a direct consequence of an otherwise covered claim. (specific to health insurance policies)

xx). Treatment rendered by a Medical Practitioner which is outside his discipline or the discipline for which he is licensed; (Specific to health insurance)

xxi). The provision or fitting of hearing aids, spectacles or contact lenses including optometric therapy, any treatment and associated expenses for alopecia, baldness, wigs, or toupees, medical supplies including elastic stockings, diabetic test strips, and similar products. (specific to health insurance)

xxii) Any treatment or part of a treatment that is not of a reasonable cost, not medically necessary; or treatments or drugs not supported by a prescription. (Specific to health insurance)

xxiii) Artificial limbs, crutches or any other external appliance and/or device used for diagnosis or treatment. (Specific to health insurance)

xxiv) Any exclusion mentioned in the Schedule or the breach of any specific condition mentioned in the Schedule. (Specific to health insurance)

Limitation to the Admissible Expenses

The main limit in Health Insurance is the Sum Insured. Any medical expenses incurred over and above the Sum Insured will not be payable. However, if the policy is subject to 'Cumulative Bonus' the total policy limit shall be the Sum Insured + the Cumulative Bonus sum.

In addition to this, there may be various types of sub-limits depending on the type of policy:

- Sub-limits within a family floater for certain categories of beneficiaries. For example a sum insured sublimit of Rs. 100,000 for the parents within the family floater of Rs. 500,000. This means that parents can use only Rs. 100,000 although the overall family limit is defined as Rs. 500,000.
- Sub-limits for ailments/ procedures. If there is a sub-limit of Rs. 50,000 for maternity claims; sublimit of Rs. 150,000 for cardiac ailment claims, sublimit of Rs. 32,000 for Appendectomy, etc. All hospitalisation expenses admissible in respect of the condition/ ailment will be restricted to the specified limit during the policy period.
- Limit on the total liability of the Insurance in the event of a claim. So if the policy condition may say that the Insurance Company will be liable to pay only up to 80% of the Sum Insured. If Sum Insured is Rs. 100,000, the insurance company will pay claims only up to Rs. 80,000.
- Some of the Policies may have a cap on the Room Rent/ ICU Limit per day or prescribe a category of Room.
- Some of the policies may cap the other expenses like professional fee and other charges admissible to the eligible room category
- Some Policies may prescribe maximum amount allowable under Room/Profession Charges and other expenses at 25%, 25% & 50% of the Sum Insured respectively
- Some policies may have a 'co-pay' to be borne by the Insured like 10% co-pay for all members of the family but 20% co-pay for parents applicable on the admissible amount.
- Non-allopathic treatments may have a cap on the admissible amount. For example insurer may limit the sum insured for non-allopathic treatments like Ayurveda/ Homeopathy &Unani the limit to only 25% of the sum insured.
- All insurance policies usually have a deductible or excess provision by which a basic percentage of the claim or a fixed amount such as Rs. 1000 for each and every claim is not paid. This means that if a treatment is for Rs.500, no claim is payable. If the treatment is for Rs. 10,000, then only Rs. 9000 is payble.

To be continued…

Important cautionary statement: the above statements regarding coverage and exclusions etc. are only informative and general in nature. All readers are asked to take suitable advice from the insurers or their advisors and read the prospectus and other information carefully before taking a decision on buying health insurance.



P.C. JAMES

jms_pc@yahoo.com

The author is retired Chair professor, National Insurance Academy, Pune and prior to that he was General Manger, United India Insurance and Agriculture Insurance Company Ltd. and Executive Director, IRDA

സമ്മാനങ്ങളുടെ
പുഷ്പവർഷവുമായി



തിരുവോണം
ബമ്പർ 2016

കേരളം കാത്തിരുന്ന
മഹാഭാഗ്യത്തിന്റെ
മെഗാസമ്മാനങ്ങൾ..



ഒന്നാം സമ്മാനം ₹8 കോടി

രണ്ടാം സമ്മാനം ₹4 കോടി (50 ലക്ഷം വീതം 8 പേർക്ക്)

മൂന്നാം സമ്മാനം ₹1.6 കോടി (10 ലക്ഷം വീതം 16 പേർക്ക്)

നാലാം സമ്മാനം ₹80 ലക്ഷം (5 ലക്ഷം വീതം 16 പേർക്ക്)

അഞ്ചാം സമ്മാനം ₹1,00,000 അവസാന അഞ്ചക്കത്തിന്

കൂടാതെ 10000,5000, 2000,1000,500
രൂപയുടെ അനേകായിരം സമ്മാനങ്ങൾ

ടിക്കറ്റ് വില ₹200
നറുക്കെടുപ്പ് 23.9.2016



കേരള സംസ്ഥാന ഭാഗ്യക്കുറി വിശ്വസ്തം... സുതാര്യം....ജനകീയം....



ക്യാമറ എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം

പ്രഫഷണൽ ക്യാമറകളും അവയുടെ വിവിധ ആക്സസറികളും വിദഗ്ദ്ധമായി ഉപയോഗിക്കണമെങ്കിൽ അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെപ്പറ്റി ശാസ്ത്രീയമായി അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. അവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന ലേഖനപരമ്പര.

Selecting a Picture Style

ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലുള്ള അഭിരുചിക്കനുസരിച്ചോ ഷൂട്ടുചെയ്യുന്ന സബ്ജക്റ്റിനനുസരിച്ചോ ഇമേജ് എഫക്ടുകൾ മാറ്റി ഉപയോഗിക്കാൻ പിക്ചർ സ്റ്റൈലിലൂടെ സാധിക്കും.

Picture Style Effects Standard

ഷാർപ്പായ ചിത്രങ്ങൾ ഷൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് സ്റ്റാൻഡേർഡ് മോഡ് തെരഞ്ഞെടുക്കാം. ഇതൊരു ജനറൽ പർപസ് പിക്ചർ സ്റ്റൈൽ ആണ്. സാധാരണ ഷൂട്ടിംഗിന് ഈ മോഡാണ് നല്ലത്.

Portrait

ആകർഷകമായ സ്കിൻ ടോണുകൾ ലഭിക്കാൻ പോർട്രിയറ്റ് മോഡ് ഉപയോഗിക്കാം. ഈ മോഡിൽ ചിത്രങ്ങൾ സോഫ്റ്റ് ആയിരിക്കും. ക്ലോസപ് ഷോട്ടുകൾക്കും പോർട്രിയറ്റ് മോഡ് അനുയോജ്യമാണ്.

Landscape

പച്ച, നീല നിറങ്ങളാൽ സമൃദ്ധമായ ലാൻഡ്സ്കേപ്പുകൾ ഷൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് യോജിച്ചതാണ് ലാൻഡ്സ്കേപ്പ് മോഡ്. ഷൂട്ടു ചെയ്യുന്ന ചിത്രങ്ങൾക്ക് നല്ല വ്യക്തതയും വശ്യതയുമുണ്ട്.

Neutral

ഇമേജ് പ്രോസസിംഗിനുവേണ്ടി ചിത്രങ്ങളെടുക്കാൻ ഈ മോഡ് ഉപയോഗിക്കാം. സോഫ്റ്റ്വെയറുകളുടെ സഹായത്താൽ നിറങ്ങളും തിളക്കവും സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കാൻ സാധിക്കും.

Faithful

ഫെയിത്ത്ഫുൾ മോഡിൽ ഷൂട്ട് ചെയ്ത ചിത്രങ്ങൾ അത്ര ആകർഷകമല്ല. സോഫ്റ്റ് വെയറുകളുപയോഗിച്ച് പ്രോസസ് ചെയ്താണ് ചിത്രങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നത്.

Monochrome

ബ്ലാക്ക് & വൈറ്റ് ചിത്രങ്ങൾ ഷൂട്ട് ചെയ്യാൻ മോണോക്രോം മോഡ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. മോണോക്രോമിൽ ഷൂട്ട് ചെയ്ത ചിത്രങ്ങൾ കളറിലാക്കാൻ സാധിക്കില്ല.

User Def.

പോർട്രിയറ്റ്, ലാൻഡ്സ്കേപ് പോലുള്ള ഏതെങ്കിലും പിക്ചർ സ്റ്റൈലിൽ മാറ്റം വരുത്തി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് മറ്റൊരു പിക്ചർ സ്റ്റൈലായി ഉപയോഗിക്കാൻ ഈ മോഡിൽ സാധിക്കും.

Advanced Shooting

TV:Action Shots



(Slow shutter speed:1/30sec.)



(Fast shutter speed:1/2000sec.)

TV(ഷട്ടർ പ്രയോരിറ്റി AE) മോഡ് സെറ്റു ചെയ്ത് ഷൂട്ട് ചെയ്യുമ്പോൾ ചലിക്കുന്ന വസ്തുക്കളെ ഫ്രീസ് ആയോ മോഷൻ ബ്ലർ ആയോ ക്യാപ്ചർ ചെയ്യാൻ കഴിയുന്നു.

വേഗതകൂടിയ ഷട്ടർ സ്പീഡ് (1/4000-1/5000) സെലക്ട് ചെയ്ത് ചലിക്കുന്ന വസ്തുക്കളുടെ ഫ്രീസ് ആയ ചിത്രങ്ങളെടുക്കാം. മീഡിയം ഷട്ടർ സ്പീഡ് (1/250 - 1/30) സെലക്ട് ചെയ്ത് ചലിക്കുന്ന വസ്തുക്കളുടെ മോഷൻ ബ്ലറിലുള്ള ചിത്രങ്ങളും ലഭിക്കുന്നു.



എബി കെ. ജോർജ്ജ്
ക്യാമറ സ്കാൻ, കോട്ടയം



Onam the state festival of Kerala falls during the Malayalam month of Chingam (Aug - Sep) and marks the commemoration of Vamana avatara of Vishnu and the subsequent homecoming of the mythical King Mahabali. In Kerala, it is the festival celebrated with most number of cultural elements such as Vallam Kali, Pulikali, Pookkalam, Onathappan, ThumbiThullal, Onavillu, Kazhchakkula, Onapottan. Atthachamayam etc. Onam is reminiscent of Kerala's agrarian past, as it is considered to be a harvest festival. The official date is set by the Indian National Calendar.

COVER AND FASHION PAGES

I combined with Naseef Gafoor and Jaanmoni Das this time to do the Concept Shoot for ADCOM Magazine Onam issue. We always see a female model on all the cover pages of Malayalam Magazines (when it is onam), We need to break that concept, let's shoot with a Male model. This was my first statement. I was waiting to hear their response. I was happy when all the others gave me a thumbs up to it.

The next question was to find out the perfect model for it. We all gave in lots of model options from each ones contact list. We wanted a model who was not a common face in Kerala. Reaching the satisfaction level became a big problem. After a very long process, we finally finalized on Mr. Babin Basheer. He accepted the offer with a smile.

I never wanted to relate the Fashion Pages directly to Onam. Impressed with the model I have tried to create four different looks, backgrounds and moods. The only relative object in the concept of the Fashion Pages and Cover is the ' Wooden Room Dividers' which is found in all the frames of images.

MY CREW MY STRENGTH

Without the support of my crew members any of this would have been not possible. I could feel the team strength when i was working.

The makeover by Jaanmoni Das

The lighting by Naseef Gafoor

The art works by Fabin Jose

Everything was just fabulous.

We all TOGETHER made this happen.

We take this opportunity to wish each and every one of you a very HAPPY ONAM with lots of love.

By : **Fashion Monger Achu**

CREW

CONCEPT
DIRECTOR & STYLIST
FASHION MONGER ACHU

MODEL
BABIN BASHEER

PHOTOGRAPHY
NASEEF GAFOOR

MAKE UP/MAKEOVER
JAANMONI DAS
SIJAN MALIYEKKAL
(Assistant)

FASHION DESIGNER
SMIJI K T

ART
FABIN JOSE

BTS
SEFFIN PHILIP

BTS EDITS
SUMESH BWt

CONTENT WRITER
FASHION MONGER ACHU











Wonder why some movie stars and models look stunning in photographs and on screen? It's not the beauty of just one part of the body. It's the reflection of a confident mind on a perfectly toned body that's fit from top to toe. How do you achieve that balanced grace? Here are some secrets shared by an internationally acclaimed Health & Fitness Coach.

The Right Of Self Defense Never Ceases!

You have seen in movies..a girl walks through an isolated parking garage, suddenly a guy jumps out from an SUV. The girl jabs the bad guy in the eyes with her keys or may be she kicks him in a certain sensitive place..

We all have lots of applause for that woman!

We say "what a wonder woman..See her confidence!!

Women have to be like her!"

Unfortunately we get to see such women mostly in movies..

My sincere effort through this write up is to see more and more confident women around me like her ..who is enough for herself!

Who brims with self confidence!

It's our duty to teach and impart such a message to our children as well.

Many people think of self defense as a karate kick.

Self defense actually means doing everything possible to avoid a fight with someone who threatens or attacks you.

Self defense is all about using your smartness not your Fists.

If we are threatened and decide to fight back in self defense, the situation can become worse..

So Use YOUR HEAD FIRST..your smart approach!

The best way to handle any attack or threat of attack is to try to get away.

This way you are least likely to be injured.

Trust Your Instincts!

Keep up the presence of mind!

Your intuition combined with your common sense and confidence can easily help you to get out of any trouble!

Sometimes it's a fact that attackers are not always strangers!

How do you handle such a situation?









That's where another important self defense skill comes into play!

That's De-Escalation!

De Escalating a situation means speaking or acting in a way that can prevent the situation from getting worse.

For example..by not losing your temper, managing the situation tactfully!

Learn how to manage your own anger effectively so that you can talk or walk away without using any weapons!

There's a proverb "prevention is better than cure!" Let's look into some preventive measures and let's not be negligent!

We are smart women

1) Understand your sourroundings,walk or hang out in such areas which are open,well lit and well travelled.
2) Avoid short cuts that take you to isolated areas.
3) If you have to travel at night..try to travel in groups.
4) Be willing to report crimes in your neighbourhood to police as we are the responsible citizens of this country!

Most importantly whether you are alone or in Groups,be sure your body language shows a sense of Confidence!

Yes! We all can do it!

We are all confident and unique women.

We are not less than anybody!

At the end I wish to talk about self Defense classes..

From my experience I am telling you Dear ladies...it's not an impossible task!

For our children self Defense classes should be mandatory so that they can take care of themselves.

A good self defense class can teach you how to handle a situation and decide what you should do.

A good self defense class can teach you ways to surprise your attacker and catch him or her off guard!

One of the best things people take away from a self defense class is self confidence!

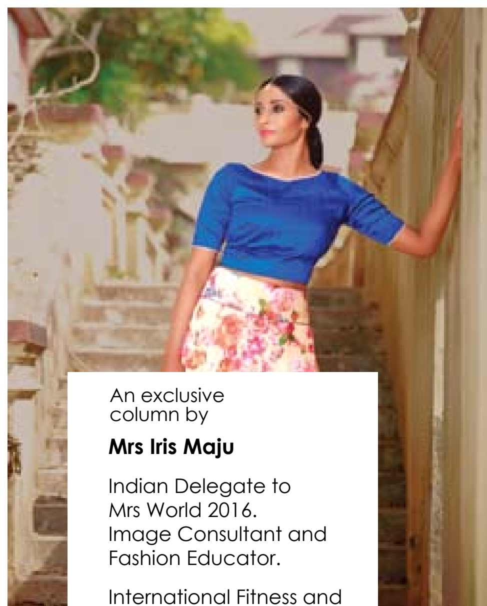
I had taken up a self defense class as my preparations for Mrs World and I have taken forward the Martial Art of Kerala "Kalaripayattu" with a message of women empowerment.

I could learn the moves which can easily protect me from any kind of attacks.

In today's scenario,when the crime against women are increasing day by day ....it's mandatory for all of us and our children to know the self defense Skills!

As we ladies are the caretakers of our family and children ...it's our duty to take care of them from any kind of crimes and attacks!

Be confident and be unique!



An exclusive column by

Mrs Iris Maju

Indian Delegate to Mrs World 2016.
Image Consultant and Fashion Educator.

International Fitness and wellness Coach.



HONDA: CAR RIDE YOUR WAY

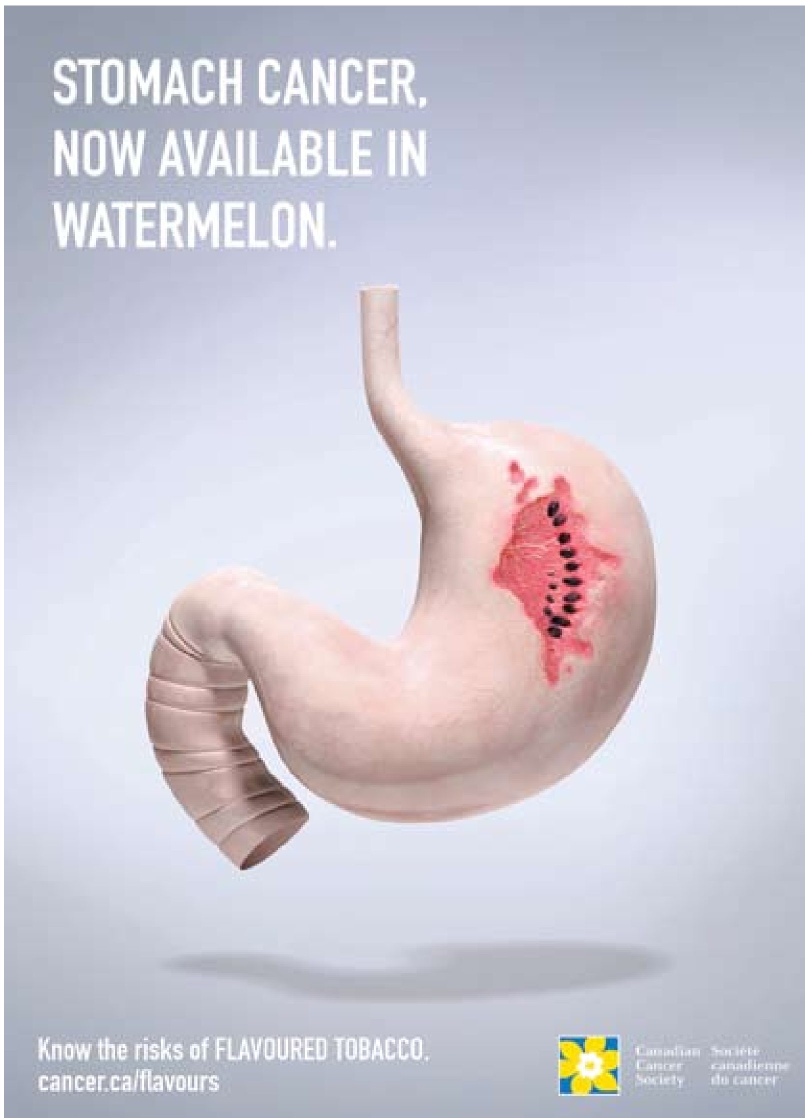
Advertising Agency:
Y&R, Sao Paulo, Brazil

Chief Creative Officer:
RuiBranquinho

Creative Directors:
RuiBranquinho, FlavioCasarotti, AlexandreVilela

Art Director:
Renato Butori

Copywriter:
Roberto Kilciauskas



CANADIAN CANCER SOCIETY: WATERMELON

Agency:
Rethink, Toronto, Canada

Creative Directors:
Lan Grais, Chris Staples, Nicolas Quintal

Art Director:
Nicolas Quintal

Copywriter:
Max May

Retoucher:
The Orange Apple

CREDAI
KOCHI



In Pursuit of Perfection

PREMIUM APARTMENTS @
MOST AFFORDABLE RATE

Ergonomic Design
Assured quality
&
On time delivery



Near Punnekal Temple, Elamakkara, Kochi.
3 BHK 1650 sq.ft, (Completion 2017)



Near Panampilly Nagar passport office, Kochi.
3 BHK 1630 sq.ft (New Launch)


Realties Ltd.

Shihab Thangal Road, Panampilly Nagar, Kochi - 36.
E-mail : marketing@rdsrealties.in. www.rdsrealties.in
T : 0484 - 4078900, D : 0484 - 4078931, M : +91 93880 85201

തലമുറകൾ പകർന്ന രുചിവിന്യാസം



സ്വന്തം കൃഷിയിടത്തിലെ പച്ചക്കറി വിഭവങ്ങളുമായി Hotel Aryaas

രണ്ടു തലമുറകളിലായി നാവിലെ രസമുകുളങ്ങൾക്ക് ആവേശം പകരാൻ രുചിയുടെ കലവറ തുറന്ന ആര്യാസ് പുതിയ പരീക്ഷണങ്ങളുടെ പണിപുരയിലാണ്. നന്മനിറഞ്ഞ നാളെക്കായ് തിരുനെൽവേലിയിൽ നിന്നെത്തിയ റെഡ്യാർ കുടുംബം ആര്യാസ് എന്ന ഹോട്ടൽ ശൃംഖലയ്ക്ക് വഴിതുറന്നു. ആര്യാസ് എന്ന പേര് വിശ്വാസയോഗ്യമായതിന്റെ കഥപറയുകയാണ് കെ.ആർ. എസ് എന്ന കെ. രാമ സുബ്ബു.



കെ. രാമ സുബ്ബു



Manjummel Kavala, Cheranelloor, Ph: 0484 - 6541421



Seaport Airport Road, Kakkanad, Ph: 0484 - 6541422

കാക്കനാട്, ചേരാനെല്ലൂർ, വൈറ്റില, കടവന്തറ, നെട്ടൂർ, പള്ളിമുക്ക്, എന്നിവടങ്ങളിലായ് ഇന്ന് കൊച്ചി നഗരത്തിൽ ആറ് കടകൾ. ഒരോന്നും തുറക്കുവാൻ സാധിച്ചത് ജനങ്ങൾ ആര്യാസിന് നൽകിയ സ്വീകാര്യതകൊണ്ടു മാത്രമാണ്. ജനങ്ങൾ ഞങ്ങളിലർപ്പിച്ച വിശ്വാസം കാത്തുപരിപാലിക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുന്നു.

കസ്റ്റമേഴ്സ് എന്നതിനപ്പുറത്ത് അവർ ഞങ്ങളുടെ കുടുംബാഗങ്ങളാണ്. കുടുംബാഗങ്ങൾക്ക് നമ്മൾ ഒരിക്കലും മോശം ഭക്ഷണം കൊടുക്കില്ലല്ലോ. ഭക്ഷണം നന്നാക്കാൻ ഞങ്ങൾ എന്നും ജാഗരൂകരാണ്. അപ്പോഴാണ് വിഷലിപ്തമായ പച്ചക്കറിയുടെ ദോഷവശങ്ങൾ അറിയാനിടയായത്. ഞങ്ങളുടെ കസ്റ്റമേഴ്സിന് വിളമ്പുന്ന ഭക്ഷണം വിഷവിമുക്തമാകണമെന്ന് ആഗ്രഹിച്ചപ്പോൾ ചേരാനെല്ലൂര് ഹോട്ടലിനോടു ചേർന്നുള്ള സ്ഥലത്ത് കൃഷിയിറക്കാൻ തീരുമാനിക്കുകയായിരുന്നു. അവിടെ ഏറെ സ്ഥലമുള്ളതുകൊണ്ട് എല്ലായിനം പച്ചക്കറിയും നട്ടു പരിപാലിക്കുന്നു. കാക്കനാട് പുതിയതായി തുടങ്ങിയ മൂന്നു നില കെട്ടിടത്തിൽ ഉൾപ്പെടെ ഞങ്ങളുടെ എല്ലാ ഭക്ഷണശാലകളിലും സാധാരണക്കാർ മുതൽ ഹൈലവൽ ആളുകളെ വരെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ആര്യാസിന് സാധിക്കുന്നു. ഏവരുടെയും രുചി താത്പര്യങ്ങളെ സംരക്ഷിക്കാൻ ആവശ്യമായ പച്ചക്കറി ഒരുക്കുവാൻ ആര്യാസിന് കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഈ ഓണം ആഘോഷിക്കാൻ വൈവിധ്യാമാർന്ന വിഭവങ്ങളുമായി ആര്യാസ് ഒരുങ്ങുകയാണ്. •

tips N tricks

Id

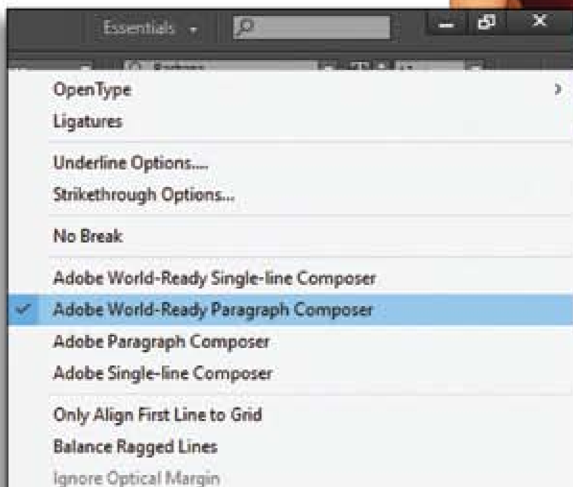
Adobe InDesign-ൽ മലയാളം type ചെയ്യുന്നത് എങ്ങിനെയെന്ന് വിശദീകരിക്കുകയാണ് Tips 'N' Tricks ന്റെ ഈ അധ്യായത്തിൽ.

Designer's Corner
തയാറാക്കിയത് TK Wilson
tkwill2son@gmail.com

Adobe InDesign-ൽ മലയാളം type ചെയ്യുന്നത് എങ്ങിനെയെന്ന് Tips 'N' Tricks ന്റെ ഒരു മുൻ അധ്യായത്തിൽ വിശദീകരിച്ചിരുന്നതാണ്. എന്നാൽ അതിൽ പ്രതിപാദിച്ചതിനേക്കാൾ വളരെ എളുപ്പത്തിൽ ഇപ്പോൾ മലയാളം type ചെയ്യാൻ സാധിക്കുന്നതാണ്. അതിൽ 'ണ്ട' യും മറ്റേതൊരു അക്ഷരം പോലെതന്നെ ലഭ്യവുമാണ്.

ആദ്യമായി Google-ന്റെ Input Tools download ചെയ്യുക. Download ചെയ്യുമ്പോൾ അതിന്റെ options-ൽ മലയാളം select ചെയ്യുക. അത് install ചെയ്തതിന് ശേഷം https://smc.org.in എന്ന ഈ website-ൽ നിന്നും മലയാളം ഫോണ്ടുകൾ download ചെയ്ത് install ചെയ്യുക. (ഇത് Free Unicode Fonts ആണ്). ഏതാണ്ട് പത്തോളം ഫോണ്ടുകൾ ഇവിടെ ലഭ്യമാണ്. അതിനുശേഷം Microsoft Word open ചെയ്യുക. ഒരു പുതിയ file എടുത്തതിന് ശേഷം മലയാളം ഫോണ്ടുകൾ ഏതെങ്കിലും select ചെയ്യുക. തുടർന്ന് task bar-ന്റെ right corner-ൽ language tools-ൽ നിന്നും മലയാളം select ചെയ്യുക. (Windows key + Space bar ഉപയോഗിച്ച് English-ലേക്കും മലയാളത്തിലേക്കും switch ചെയ്യാവുന്നതാണ്. ചില computer-ൽ ഇത് വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കും. Keyboard Shortcuts-ൽ അത് adjust ചെയ്യാവുന്നതാണ്). ഇനി നമുക്ക് ഇവിടെ മലയാളം type ചെയ്യാവുന്നതാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് 'അരികിൽ' എന്ന വാക്കിന് 'arikil' എന്ന് type ചെയ്യുക. 'ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിൽ' എന്നതിന് 'undaayirunnenkil' എന്നുമാണ് type ചെയ്യേണ്ടത്. Type ചെയ്യുമ്പോൾതന്നെ ഓരോ വാക്കിന്റെയും വിവിധ options കാണുകയും അതിൽനിന്നും യോജിച്ച വാക്ക് select ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്. (ഈ രീതി ഉപയോഗിച്ച് Facebook-ലും Gmail-ലും മറ്റും മലയാളം type ചെയ്യാവുന്നതും. അവിടെനിന്നും copy ചെയ്ത് InDesign-ൽ paste ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്). തുടർന്ന് word format-ൽ save ചെയ്യുക. ഇനി InDesign-ൽ file എടുത്തതിനു ശേഷം text tool ഉപയോഗിച്ച് ഒരു text box വരക്കുക. തുടർന്ന് save ചെയ്ത word document അവിടെ place ചെയ്യുക. (File>Place) ഇപ്പോൾ ആ മലയാളം text അവിടെ import ചെയ്യപ്പെട്ടിരിക്കുകയാണ്. അതിൽ ചില്ലക്ഷരങ്ങൾ ശരിയായിരിക്കുകയില്ല. അതിനുവേണ്ടി type tool ഉപയോഗിച്ച് text select ചെയ്തതിനുശേഷം control panel-ലിന്റെ right corner-ൽ കാണുന്ന ☰ ഈ symbol-ൽ click ചെയ്യുക. (Paragraph Palette-ൻറെ right corner-ലും ഈ option ലഭിക്കുന്നതാണ്). അപ്പോൾ Picture 1-ൽ കാണുന്നതുപോലെ ഒരു panel തുറന്നുവരുന്നതാണ്. അതിൽനിന്നും **'Adobe World-Ready Paragraph Composer'** select ചെയ്യുക. ഇപ്പോൾ അതിലെ എല്ലാ അക്ഷരങ്ങളും proper ആയിരിക്കുന്നത് കാണാം. ഇനി ഇവിടെവച്ചുതന്നെ type ചെയ്യുകയും edit ചെയ്യുകയും fonts change ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്.





Picture 1

InDesign, Illustrator, Photoshop എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള video tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക, share ചെയ്യുക.

https://www.youtube.com/c/WilsonKunjan



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

ദീപിക, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 1

മാധ്യമ അടിയന്തിരാവസ്ഥയോ? ഹനിക്കപ്പെടുന്നതു പൗരാവകാശം

ജനാധിപത്യത്തെ നെഞ്ചിലേറ്റിയ ഒരു സമൂഹത്തിൽ അറിയാനുള്ള പൗരാവകാശത്തെ ചവിട്ടിമെതിക്കാൻ ആർക്കാണ് അവകാശം? നാട്ടിൽ എന്താണു നടക്കുന്നതെന്ന് അറിയാൻ ജനങ്ങൾക്കുള്ള അവകാശമാണു വാർത്താമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ സാക്ഷാൽകരിക്കപ്പെടുന്നത്. കോടതികളാണെങ്കിലും നിയമസഭയിലാണെങ്കിലും ഓരോ പൗരനും നേരിട്ടുചെന്ന് അന്വേഷിക്കാനാവില്ല. അതിനാണ് അവർ മാധ്യമങ്ങളെയും മാധ്യമപ്രവർത്തകരെയും ആശ്രയിക്കുന്നത്. സാധാരണ ജനങ്ങളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം മാധ്യമങ്ങൾ അവർക്കു ജാഗ്രതയുള്ള കാവൽക്കാരും സംരക്ഷകരുമാണെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു.

മാതൃഭൂമി, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 1

സ്വാശ്രയകോളേജുകളുടെ ഭാവി ഇന് എന്ത്?

സ്വാശ്രയ എൻജിനീയറിങ്ങ് കോളേജുകളിലെ 14298 മെറിറ്റ് സീറ്റുകൾ ഒഴിഞ്ഞുകിടക്കുന്നു എന്ന വാർത്ത, മലയാളി രക്ഷിതാക്കളൾപ്പെടെ വൈകിവന്ന വിവേകത്തിന്റെ സൂചനയായി കണക്കാക്കാമെങ്കിൽ അതു പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കേണ്ടതാണെന്നും. മൂന്നാംഘട്ട അലോട്ട്മെന്റും പൂർത്തിയായപ്പോൾ സ്വകാര്യ സ്വാശ്രയ കോളേജുകളിലെ പകുതിയിലേറെ മെറിറ്റ്സീറ്റും ഒഴിഞ്ഞുകിടക്കുകയാണ്. 119 സ്വകാര്യ സ്വാശ്രയകോളേജുകളിലെ സീറ്റുകളിൽ 24,448 മെറിറ്റ് സീറ്റുകളിൽ 10,150 കുട്ടികൾ മാത്രമാണ് ചേർന്നത്. 14,298 സീറ്റ് ഒഴിഞ്ഞുകിടക്കുകയാണ്.

തേജസ്, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 5

ചരക്ക് സേവന നികുതി നിയമം ഗുണം ചെയ്യുമോ?

ചരക്ക് സേവന നികുതി (ജിഎസ്ടി) സംവിധാനം രാജ്യത്ത് നിലവിൽ വരുന്നതിനു വഴിയൊരുക്കുന്ന 122-ാം ഭരണഘടനാ ഭേതഗതി ബില്ല് 2014-ന് രാജ്യസഭ അംഗീകാരം നൽകിയിരിക്കുന്നു. എഐഎഡിഎംകെ ഒഴികെ മിക്കവാറും എല്ലാ കക്ഷികളുടെയും പിന്തുണയോടെയാണ് ബില്ല് രാജ്യസഭ അംഗീകരിച്ചത്. ബില്ല് നേരത്തെ ലോക്സഭ അംഗീകരിച്ചിരുന്നുവെങ്കിലും ഭേതഗതികളോടെയാണ് രാജ്യസഭയുടെ അംഗീകാരം. അടുത്ത വർഷം ഏപ്രിൽ ഒന്നിനകം പുതിയ നികുതി വ്യവസ്ഥ നടപ്പാക്കുമെന്നാണു നിർദ്ദേശം. നികുതി നിരക്ക്, നികുതി വരുമാനം വീതം വയ്ക്കുന്നതിന്റെ അനുപാതം തുടങ്ങിയ സുപ്രധാന കാര്യങ്ങളിൽ തീരുമാനമായതിനുശേഷം മാത്രമേ തുടർ നടപടികൾ സാധ്യമാവൂ. പ്രത്യേക ജിഎസ്ടി കൗൺസിൽ രൂപീകരിക്കുമെന്നും എഡിറ്റോറിയൽ.

The Hindu, 2016 August 5

Giving India a global-scale bank

The proposed merger of the State Bank of India with its five associate banks and the Bharatiya Mahila Bank is a long-delayed and welcome move on the path to banking consolidation, especially among state-owned lenders. SBI's takeover of its five subsidiaries and the three-year-old niche provider of banking services for women will, once consummated, vault the merged entity higher up the rankings ladder on the global banking stage. The resultant benefits to the lender and the economy are evident. The increased balance sheet size will enable the bank to obtain better pricing on both internationally sourced funds and domestic deposits, thus helping it lower lending rates and improve profitability. The added branch network and customer base will also help it expand reach and enable the lender to rationalise resources across the board. There are various estimates of the potential cost savings, with one projection putting the possible reduction in cost-to-income ratio at 1 percentage point. The lender's increased size, in terms of assets, will also give it the requisite muscle to take on new competition from larger banking entities that are likely to be created by consolidation in the banking industry. The Bank Board Bureau has been tasked with overseeing a restructuring among public sector banks in keeping with the government's aim of reducing the number of state-owned lenders and improving their financial health.

കേരളകൗമുദി, 2016 ആഗസ്റ്റ് 06

റോഡിലെ കുരുതി തടയാൻ

മോട്ടോർ വാഹന നിയമഭേദഗതി ബില്ലിനു രണ്ടു ദിവസം മുൻപ് കേന്ദ്രമന്ത്രിസഭ അംഗീകാരം നൽകിയതോടെ അത് പാർലമെന്റിൽ അവതരിപ്പിച്ച് നിയമമാക്കാനുള്ള സാഹചര്യം ഒരുങ്ങിയിരിക്കുകയാണെന്നും രാജ്യത്ത് വർദ്ധിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന റോഡപകടങ്ങളുടെയും അതിന്റെ ഫലമായി ജീവധനാദികൾക്കുണ്ടാകുന്ന അപരിഹാര്യമായ നഷ്ടത്തിന്റെയും കണക്കെടുത്താൽ വളരെ മുന്നേ തന്നെ കൊണ്ടുവരേണ്ടിയിരുന്ന നിയമ ഭേദഗതിയാണിതെന്നും എഡിറ്റോറിയൽ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു.

രാജ്യത്തൊട്ടാകെ വാഹനാപകടങ്ങളിൽ മൂന്നു ലക്ഷത്തോളം പേർ ഒരു വർഷം പരിക്കേറ്റ് ചികിത്സ തേടുമ്പോൾ ഒരു വർഷം ഒന്നരലക്ഷത്തോളം പേർ മരണമടയുന്നുയെന്നാണ് കണക്ക്. ഇവരിൽ നല്ലൊരു ഭാഗവും ചികിത്സ കഴിഞ്ഞാലും ജീവിതാവസാനം വരെ വിവിധ രൂപത്തിലുള്ള ശാരീരികാവശതകളുമായി ജീവിക്കേണ്ടി വരുന്നു. റോഡപകടങ്ങളിൽ മുപ്പതു ശതമാനത്തിനും കാരണം മദ്യപിച്ച് വാഹനം ഓടിക്കുന്നവരാണ് പുതിയ നിയമത്തിൽ ഇത്തരക്കാർക്ക് പതിനായിരം രൂപ ശിക്ഷ ലഭിക്കുന്നു. പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത കുട്ടികൾ വാഹനം ഓടിച്ചാൽ വണ്ടിയുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കുന്നതിനൊപ്പം രക്ഷിതാവിനു മൂന്നുവർഷം വരെ ജയിൽവാസവും ലഭിച്ചേക്കാം. വാഹനം തട്ടി പരിക്കേറ്റാൽ നഷ്ട പരിഹാരം 25000 രൂപ നൽകേണ്ടിടത്തു നിന്ന് രണ്ടു ലക്ഷത്തിലേക്കും മരണം സംഭവിച്ചാൽ ആശ്രിതർക്കു പത്തു ലക്ഷം രൂപയും നഷ്ടപരിഹാരവും നൽകണമെന്നും നിയമം ശുപാർശ ചെയ്യുന്നതായി എഡിറ്റോറിയൽ പറയുന്നു.

മംഗളം, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 15

സ്വാതന്ത്ര്യം മനസുകളിലുമെത്തണം

സ്വാതന്ത്ര്യാനന്തരം ഇന്ത്യ ആഗ്രഹിച്ചതുപോലെ വളർന്നുവോ എന്ന ചോദ്യം പ്രസക്തം. വികസനത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ രാജ്യത്ത് പുരോഗമനപരമായ പാതയിലൂടെ നാം സഞ്ചരിക്കുകയാണിന്ന്. മറ്റേതൊരു രാജ്യത്തോടും കിടപിടിക്കുന്ന ഉപഗ്രഹ സാങ്കേതികവിദ്യ, സൈനീക ശക്തി, ഉന്നതപഠന-ഗവേഷണ മേഖല, കാർഷിക മേഖല എന്നിവയിലെല്ലാം ഇന്ത്യ പുരോഗമിച്ചുകഴിഞ്ഞു. ജാതിയുടെ പേരിൽ നടക്കുന്ന ക്രൂരതകൾ നാടിനെ നടുക്കുന്നു. അത് അസ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ കാലങ്ങളെ ഓർമിപ്പിക്കുന്നു. ദളിത്, ന്യൂനപക്ഷങ്ങൾ സമൂഹത്തിൽ അനുഭവിക്കുന്ന അരക്ഷിതാവസ്ഥ ചെറുതല്ല എന്നതാണ് ഈ ഇരുപത്തിയൊന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ഇന്ത്യാമഹാരാജ്യത്തിനു നാണക്കേട് സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. വികസനവും പുരോഗതിയും കടന്നുവരണമെന്നു സർക്കാർ ആഗ്രഹിക്കുമ്പോഴും അതിനെ പിന്നോട്ടടിക്കുന്ന സാമൂഹികാവസ്ഥ രൂപപ്പെടുന്നത് അപകടകരമാണ്. ഇത് പരിഹരിക്കണം. സ്വാതന്ത്ര്യം നമ്മൾക്കു പ്രാപ്യമാക്കിയവർ അനുഭവിച്ച യാതനകൾക്കും ബലിയർപ്പണത്തിനും മുന്നിൽ ശിരസുനമിക്കാം. ആ ചരിത്രങ്ങൾ മറക്കാതിരിക്കാം. അതു നൽകുന്ന ഊർജം ഉൾക്കൊണ്ട് മുന്നേറാം എന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ.

ജന്മഭൂമി, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 15

ഞങ്ങൾ 'പീഡനം' മതിയാക്കുന്നു

മനോവൈകല്യങ്ങൾ ചികിത്സിക്കേണ്ടത്, പത്രത്താളുകളിലോ, മാനസികാരോഗ്യമുള്ള വായനക്കാരന്റെ ഹൃദയത്തിലോ അല്ല. അതുകൊണ്ട് ഇന്നു മുതൽ ഞങ്ങൾ പീഡനവാർത്തകൾ വർജിക്കുന്നു. ഇക്കാര്യത്തിൽ ഞങ്ങൾക്കൊരു മുൻഗാമിയുണ്ട്. രാജ്യമാകെ 58 ഇടങ്ങളിൽനിന്നു പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന 'ദൈനിക് ഭാസ്കർ' കഴിഞ്ഞ റിപ്പബ്ലിക് ദിനം മുതൽ, തിങ്കളാഴ്ചകളിൽ, നിഷേധവാർത്തകൾ വേണ്ടന്നുവച്ചു; ഞങ്ങൾ ഒരു പടികൂടി മുന്നോട്ടുവച്ച്, ഇന്നു മുതൽ പീഡന വാർത്തകൾ പൂർണമായി ഒഴിവാക്കുന്നു അതേസമയം, വിദ്യാശരൺ ശുക്ലമാരും നാരായൺ ദത്ത് തിവാരിമാരും വിലസിയാൽ, ഞങ്ങൾ റിപ്പോർട്ടു ചെയ്യും. നിർഭയമാർക്കുവേണ്ടി വാദിക്കുകയും ചെയ്യും. ഇതാണ്ഞങ്ങൾ, നിങ്ങൾക്കുനൽകുന്ന സ്വാതന്ത്ര്യദിന സമ്മാനം.ഭാരതം, ഭാരതീയതയിൽ, തളിർക്കുകയും പൂക്കുകയും ചെയ്യട്ടെ. നമ്മുടെ ജീവിതം, ഫലശ്രുതിയുടെ വിളംബരമാകട്ടെ.... തമസോ മാ, ജ്യോതിർഗമയ!

വായനക്കാരന്റെ ദൗർബല്യങ്ങളെ ചൂഷണം ചെയ്യുന്ന മാധ്യമങ്ങൾക്ക് ഒരു മുന്നറിയിപ്പാണ് ഈ എഡിറ്റോറിയൽ.

മാതൃഭൂമി, 2016 ഓഗസ്റ്റ് 23

റിയോ നൽകുന്ന പാഠങ്ങൾ

ലോകത്തെ ഏറ്റവും വലിയ സാമ്പത്തിക ശക്തിയായ അമേരിക്ക ഒരിക്കൽ കൂടി ഒളിമ്പിക് ചാമ്പ്യന്മാരാവുന്നതിന് റിയോ സാക്ഷിയായി. 46സ്വർണമടക്കം 121 മെഡലുകൾ കരസ്ഥമാക്കിയായിരുന്നു അമേരിക്കയുടെ ഈ നേട്ടം. ജനസംഖ്യയിൽ രണ്ടാം സ്ഥാനത്തുനിൽക്കുന്ന ഇന്ത്യ ഒന്നു വീതം വെള്ളിയും വെങ്കലവുമായി മെഡൽ പട്ടികയിൽ 67-ാം സ്ഥാനത്തു വന്നു. 117 പേരടങ്ങുന്ന തങ്ങളുടെ ഏറ്റവും വലിയ താരസംഘത്തെ റിയോയിലേക്ക് അയക്കുമ്പോൾ നാലു വർഷം മുമ്പ് ലണ്ടനിൽ നേടിയ ആറു മെഡലിനേക്കാൾ മികച്ചൊരു മുന്നേറ്റമാണ് ആഗ്രഹിച്ചതും പ്രതീക്ഷിച്ചതും. ലണ്ടനിൽ 55-ാം സ്ഥാനത്തായിരുന്നു നമ്മൾ. ഒളിമ്പിക്സ് പോലെയുള്ള വലിയ മേളകൾ വരുമ്പോൾ മാത്രം മെഡലിനെക്കുറിച്ച് ചിന്തിച്ചിട്ട് കാര്യമില്ല. അമേരിക്ക, ചൈന, റഷ്യ, ബ്രിട്ടൺ, ജർമ്മനി തുടങ്ങിയ മുൻനിര കായിക രാജ്യങ്ങൾക്കെല്ലാം കായിക രംഗത്തെ വികസനത്തിന് ശക്തമായ സംവിധാനങ്ങളുണ്ട്. വർഷങ്ങൾക്കപ്പുറം നടക്കാൻ പോകുന്ന മത്സരങ്ങൾക്കായി അവർ കാലേക്കൂട്ടി തയ്യാറെടുക്കും. വ്യക്തമായ പദ്ധതികൾ. അവ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കാൻ വേണ്ടത്ര തുക. പദ്ധതി നടപ്പാക്കാനുള്ള ഇച്ഛാശക്തി. ഇവയുടെ പിൻബലം ഓരോ വിജയങ്ങൾക്കു പിന്നിലുമുണ്ട്. ഇവയൊന്നുമില്ലാതെ ഏറെ മോഹിക്കുന്നതിൽ എന്തർത്ഥം.

ബുദ്ധനും ചാപ്ലിനും ചിരിക്കുന്നു

ആർ. ശരത് രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിച്ച ബുദ്ധനും ചാപ്ലിനും ചിരിക്കുന്നു എന്ന ചിത്രം സെപ്തംബർ 30ന് തിയേറ്ററുകളിൽ എത്തും. ഇന്ദ്രഗുപ്തൻ എന്ന ഹാസ്യനടന്റെ കഥയാണ് ഈ സിനിമയിലൂടെ പറയുന്നത്. ചാർളി ചാപ്ലിൻ എന്ന അതുല്യ നടനായി വേഷമിടുക എന്നതാണ് ഇന്ദ്രഗുപ്തന്റെ ഏറ്റവും വലിയ മോഹം. ചാർളി ചാപ്ലിനെപോലെ ഇന്ദ്രഗുപ്തന്റെ ബാല്യകാലവും വളരെ ദുരിതപൂർണമായിരുന്നു. ബാല്യത്തിലേ അച്ഛൻ നഷ്ടപ്പെട്ടു. ചാർളി ചാപ്ലിനാവുക എന്ന വലിയ ലക്ഷ്യം സഫലമാക്കാനായി ഇന്ദ്രഗുപ്തൻ നിരന്തരം പരിശ്രമിക്കുന്നു. ചാർളി ചാപ്ലിന്റെ അഭിനയ ജീവിതത്തിന്റെ നൂറാം വർഷത്തിൽ ആ അനശ്വര നടന്റെ ജീവിതത്തെ തന്റെ ജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തി അനുകരിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്ന ഒരു ഹാസ്യ നടന്റെ കഥ ഈ സിനിമയിലൂടെ അതീവ ഹൃദ്യമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നു. ചാർളി ചാപ്ലിന്റെ ജീവിതത്തെക്കുറിച്ചുള്ളതല്ല ഈ സിനിമ. ഇന്ദ്രൻസാണ് നായക കഥാപാത്രമായ ഇന്ദ്രഗുപ്തനെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. ചിത്രത്തിലെ നായിക പ്രവീണയാണ്.

എപ്പിക് സിനിമാസിന്റെ ബാനറിൽ ജ്യോതികൃഷ്ണൻ, ഡോ. സുമിത്രൻ, കെ.ലക്ഷ്മി പ്രിയ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് ഈ ചിത്രം നിർമിച്ചത്. ഡോ. അരുൺകുമാർ ആനടിയിൽ ആണ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊഡ്യൂസർ.

നെടുമുടിവേണു, ജഗദീഷ്, പി. ബാലചന്ദ്രൻ, നന്ദു, മുൻഷി ബൈജു, കൃഷ്ണപ്രസാദ്, കെ.സി. ബേബി, ഡോ. സി. ഉണ്ണികൃഷ്ണൻ, ഫാദർ ജോർജ്ജ്, റബീറോ, ആനന്ദൻ സുമിത്രൻ, അഭയ്, പരമേഷ്, ഷർവാരി ജാമനിസ്, ലക്ഷ്മി മേനോൻ, സോനാ നായർ, മാളവിക മേനോൻ, അമൃത അനിൽ, ജയശ്രീ, ഗായത്രി, നന്ദ എന്നിവരാണ് മറ്റു പ്രധാനതാരങ്ങൾ.

കഥകിന്റെയും പ്രണയത്തിന്റെയും പശ്ചാത്തലത്തിൽ, രവീന്ദ്രനാഥ ടാഗോറിന്റെ പ്രശസ്തമായ അഭിസാർ എന്ന ബംഗാളി കവിത കഥകിനുവേണ്ടി രമേഷ് നാരായണൻ ചിട്ടപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു എന്നത് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ ഒരു പ്രത്യേകതയാണ്. ഡോ. സുരേഷ്കുമാറിന്റെ ഗാനം അപർണാ രാജീവ് ആലപിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

സിനിമാട്ടോഗ്രഫി : സജൻ കളത്തിൽ. പശ്ചാത്തല സംഗീതം: ഐസക് തോമസ് കോട്ടുകപ്പള്ളി. എഡിറ്റർ : ശ്രീനിവാസ്. കലാ സംവിധാനം : ഉണ്ണി വിശ്വനാഥ്. കോസ്റ്റ്യൂംസ്: ഇന്ദ്രൻസ് ജയൻ. മേക്കപ്പ് : പട്ടണം ഷാ.

സൗണ്ട് മിക്സിംഗ് : എൻ. ഹരികുമാർ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ഹരി വെഞ്ഞാറമൂട്. പിആർഒ: റഹിം പനവൂർ. ഡിസൈൻ : ജിസൺ പോൾ. സ്റ്റിൽസ് : മോഹൻ ഫോട്ടോമാൻ, കഞ്ചൻ. പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ് : അരുൺ വി.റ്റി.ധനം റിലീസ് ചിത്രം തിയേറ്ററുകളിലെത്തിക്കും.





ഇന്ദ്രൻസ്

യക്ഷത്തിൽ ഹിമാശങ്കർ

ഹിമാശങ്കറിന്റെ അഭിനയ മേൻമ കൊണ്ടും പ്രമേയത്തിന്റെയും സംവിധാനത്തിന്റെയും മികവ് കൊണ്ടും ശ്രദ്ധേയമായ ഹ്രസ്വചിത്രമാണ് യക്ഷം. ഏറെ ഹൃദ്യമായ ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിന്റെ സംവിധായകൻ ജിതിൻ രാജഗോപാലാണ്. തടിയൻസ് മീഡിയയുടെ ബാനറിൽ ഉണ്ണികൃഷ്ണൻ ഡി ആനയടിയാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രം നിർമ്മിച്ചത്. ലാൽജി കട്ടിപ്പറമ്പനാണ് രചയിതാവ്.

ഒരു ഇരുട്ടു മുറിയിൽ ആൺ കഥാപാത്രത്തിനു മുമ്പിൽ കയറി വരുന്ന പേരില്ലാത്ത, നിഗൂഢതകൾ ഒളിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന, സർപ്പമുഖിയായ, പ്രൗഢ മുഖഭാവമുള്ള സ്ത്രീ കഥാപാത്രത്തെയാണ് ഹിമാശങ്കർ ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. അരുൺ സി. കുമാർ മറ്റൊരു കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു.



കാവ്യം പോലെ മനോഹരമായ ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിന്റെ ഛായാഗ്രാഹകൻ രാജീവ് സോമശേഖരനാണ്. സംഗീതം: ഗോപീകൃഷ്ണൻ. എഡിറ്റിംഗ് : ലിനോയ് വർഗ്ഗീസ്. മേക്കപ്പ് : ബിജു പോത്തൻകോട്. കോസ്റ്റൂംസ് : നിമ്യലാൽ. കലാസംവിധാനം : രാഹുൽ ലാൽ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : അജയ് ശ്രീജയൻ. സ്റ്റിൽസ് : ആദർശ് എം.എസ്. അസോസ്സിയേറ്റ് ഡയറക്ടേഴ്സ് : പ്രവീൺ കാര്യാൽ, ആദർശ് കൃഷ്ണ. അസോസ്സിയേറ്റ് ക്യാമറാമാൻ : അരുൺ പരമേശ്വർ. ടൈറ്റിൽ ഡിസൈൻ : പവിശങ്കർ.

അമ്മയും മകളും എന്ന സിനിമയിലൂടെ ജഹാംഗിർ ഉമ്മർ സ്വതന്ത്ര സംവിധായകനാകുന്നു


ജഹാംഗിർ ഉമ്മർ



നിരവധി വർഷം സിനിമയിൽ സഹസംവിധായകനായി പ്രവർത്തിച്ച, അതിലേറെക്കാലം വൃക്കരോഗത്തോട് പോരടിച്ച് പൂർണ്ണ ആരോഗ്യത്തിൽ എത്തിയ ജഹാംഗിർ ഉമ്മർ, തന്റെ ജീവിത യാത്രയിലെ കാഴ്ചകൾക്ക് അമ്മയും മകളും എന്ന സിനിമയിലൂടെ ദൃശ്യരൂപം നല്കാൻ ഒരുങ്ങുന്നു.

അഭിനയ താത്പര്യത്തോടെ സിനിമ, സീരിയൽ രംഗത്ത് എത്തിയ ജഹാംഗിർ ഉമ്മർ എൻ. ശങ്കരൻ നായർ, കെ.പി.ശശി, കള്ളിക്കാട് രാമചന്ദ്രൻ, അനിൽ കൊമ്പശ്ശേരി, ടി.വി. ചന്ദ്രൻ, ജി.എസ്. വിജയൻ തുടങ്ങിയവരോടൊപ്പം സംവിധാന സഹായിയായി പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. 2003-ൽ കലാഭവൻ മണിയെ നായകനാക്കി അരവിന്ദന്റെ കുടുംബം എന്ന സിനിമ പ്ലാൻ ചെയ്ത് മുന്നോട്ട് പോകുമ്പോഴായിരുന്നു ജഹാംഗിറിന് വൃക്കരോഗം പിടിപെട്ടത്. 2

013 വരെ രോഗവും ചികിത്സയും രണ്ടു തവണ വൃക്ക മാറ്റിവയ്ക്കലും. ഡയാലിസിസുമായി 13 വർഷം. വൃക്കദാതാവിനു വേണ്ടിയുള്ള അന്വേഷണം, 500 ഓളം ഡയാലിസിസ്, കുടുംബത്തിന്റെ അവസ്ഥ, മരുന്ന്, ചെലവുകൾ. വിവരണാതീതമായ അനുഭവങ്ങളെയാണ് അക്കാലയളവിൽ ജഹാംഗിറിന് അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടി വന്നത്.

ചികിത്സാഘട്ടങ്ങളിൽ കണ്ട മുഖങ്ങൾ, വിവിധ പ്രായത്തിലുള്ള വരുടെ ദയനീയാവസ്ഥകൾ, കണ്ണീരുകൾ, നിലവിളികൾ, ആരും കാണാതെ പോകുന്ന ദൈന്യതകൾ. അപ്പോഴും സിനിമ എന്ന സ്വപ്നം മനസ്സിലുള്ളതു കൊണ്ട് കാഴ്ചകളെയും വ്യക്തികളെയും അനുഭവങ്ങളെയും സിനിമാ രൂപത്തിലാക്കി സുഹൃത്തുക്കളുടെ പിൻബലത്തോടെ മുന്നോട്ടു നീങ്ങി. അവയവദാനത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന സോദ്ദേശ്യ സിനിമ എന്നതിനൊപ്പം ജീവിതത്തിന്റെ ആരും കാണാത്ത തലത്തെ അവതരിപ്പിക്കുക എന്നതും ഈ ഉദ്യമത്തിന്റെ ലക്ഷ്യമാണെന്ന് ജഹാംഗിർ പറയുന്നു.

ഈ സിനിമയെ ഒരു പുണ്യ പ്രവർത്തിയായാണ് ജഹാംഗിറും സുഹൃത്തുക്കളും കാണുന്നത്. നല്ലൊരു സന്ദേശം ജനങ്ങളിൽ എത്തിക്കുക, അവയവദാനത്തിന്റെ അവബോധം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക, സിനിമയിലൂടെ ലഭിക്കുന്നതുകകൊണ്ട് സൗജന്യ ഡയാലിസിസ് ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ഡയാലിസിസ് മെഷീൻ സംഭാവന നല്കുക തുടങ്ങിയവ മനസ്സിൽ കണ്ടുകൊണ്ടാണ് ഈ സിനിമ ഒരുക്കുന്നത്. കാണാത്ത ദൈവത്തെ സ്നേഹിക്കുന്നതു പോലെ കണ്മുന്നിലുള്ള പാവം സഹോദരങ്ങളെ സ്നേഹിക്കുക എന്ന മഹത്തരമായ ആശയമാണ് ഈ സിനിമാ പ്രവർത്തകർ മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്നത്.

ജഹാംഗിർ ഉമ്മർ തന്നെയാണ് ചിത്രത്തിന്റെ രചനയും നിർവ്വഹിക്കുന്നത്. ഫോർ ലൈൻ സിനിമയുടെ ബാനറിലാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. സുരേഷ് റെഡ്, ടി.മഞ്ജുളനായർ എന്നിവരാണ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊഡ്യൂസർമാർ. പൂവച്ചൽ ഹുസൈൻ, ഡോ. സുനിൽ എസ്. പരിയാരം, രാധാമണി പരമേശ്വരൻ എന്നിവർ രചിച്ച ഗാനങ്ങൾക്ക് നവാഗതനായ അൻവർഖാൻ ഈണം നൽകുന്നു. പി.ജയചന്ദ്രൻ, നജീം അർഷാദ്, കെ.എസ്.ചിത്ര, റിമിടോമി എന്നിവരാണ് ഗായകർ. പിആർഒ: റഹിം പനവൂർ. പ്രൊമോഷൻസ് ആന്റ് ഡിസ്ട്രിബ്യൂഷൻ: റെഡ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്.

മലയാളത്തിലെ പ്രശസ്ത താരങ്ങൾ അഭിനയിക്കുന്ന ഈ സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം സെപ്തംബറിൽ ആരംഭിക്കും.

റഹിം പനവൂർ

പരസ്യ താരങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുക

ഉപഭോക്താക്കളെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡ് അംബാസിഡർമാർക്ക്തടവ് ശിക്ഷയും പിഴയും ഉറപ്പാക്കുന്ന ബിൽ തയാറായി. കേന്ദ്ര മന്ത്രിസഭാ യോഗം ഉടൻ അംഗീകാരം നൽകിയേക്കും. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിക്കാൻ പറയുന്ന വാഗ്ദാനങ്ങൾക്ക് യാഥാർത്ഥ്യവുമായി ബന്ധമില്ലെങ്കിൽ താരങ്ങൾ അഴിയെണ്ണേണ്ടി വരും; പിഴയും നൽകേണ്ടിയും വരും. താര പരിവേഷമുള്ളവരിലൂടെ ജനങ്ങളെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിച്ച് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നത് വ്യാപകമാകുന്ന സാഹചര്യത്തിലാണ് നിയമം കർശനമാക്കാനുള്ള കേന്ദ്രനടപടി. താരങ്ങൾക്ക് ഉത്തരവാദിത്തം നിശ്ചയിക്കണമെന്ന പാർലമെന്ററി കമ്മിറ്റിയുടെ ശുപാർശകൾ അംഗീകരിച്ചാണ് ഉപഭോക്തൃകാര്യമന്ത്രാലയം ഭേദഗതി ബില്ലിന് രൂപം നൽകിയിരിക്കുന്നത്.

ഉപഭോക്തൃ താല്പര്യത്തിന് വിരുദ്ധമായ പ്രചാരണമാണ് നടത്തിയതെങ്കിൽ രണ്ടു വർഷം മുതൽ അഞ്ച് വർഷം വരെ തടവ് ശിക്ഷ ലഭിക്കും. അഞ്ചു ലക്ഷം മുതൽ അമ്പതു ലക്ഷം വരെയാണ് പിഴ. ഒന്നിലധികം തവണ കുറ്റം ആവർത്തിക്കുന്ന താരങ്ങൾക്ക് പരമാവധി ശിക്ഷയും പിഴയും ലഭിക്കും.

കുറ്റക്കാരല്ലെന്ന് തെളിയിക്കാനുള്ളപൂർണ്ണ ഉത്തരവാദിത്തം താരങ്ങൾക്കാകും. തെറ്റായ പരസ്യങ്ങൾക്ക് താരങ്ങൾക്ക് പുറമേ ഉൽപ്പാദകർക്കും സമാനമായ ശിക്ഷകൾ ബില്ലിൽ വ്യവസ്ഥ ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ദേശീയ തലത്തിൽ സ്ഥാപിക്കുന്ന ഉപഭോക്തൃ സംരക്ഷണ അതോറിറ്റിയാണ് ആദ്യ ഘട്ടത്തിൽ താരങ്ങൾ കുറ്റക്കാരാണോ എന്ന് പരിശോധിക്കുക. പരസ്യങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ സ്വാധീനിച്ചതിനും വിൽപന വർദ്ധിച്ചതിനും ആനുപാതികമായാണ് പിഴ നിശ്ചയിക്കുക. ഉപഭോക്തൃ അതോറിറ്റി പരാതി നൽകിയാൽ മാത്രമേ ബ്രാൻഡ് അംബാസിഡർമാരെ വിചാരണ ചെയ്യാൻ കോടതികൾക്കാകൂ.

വിരലടയാളം നൽകിയാൽ ഇനി കണക്ഷൻ

ആധാർ നമ്പർ മാത്രം കാണിച്ചു വിരലടയാളം നൽകിയാൽ ഇനി വോഡഫോണിന്റെ പുതിയ കണക്ഷൻ. പുതിയ രീതിയനുസരിച്ചു വിരലടയാളം നല്കിയാൽ കണക്ഷൻ നൽകാനുള്ള നടപടിക്രമം പൂർത്തിയായി. പേപ്പറുകൾ കുറച്ചു പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷിക്കുകയും ഉപഭോക്താക്കൾക്കു കൂടുതൽ സൗകര്യം നൽകുകയും ചെയ്യുമെന്നും ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിവരങ്ങൾക്കു കൂടുതൽ സ്വകാര്യതയും രഹസ്യാത്മകതയും ഉറപ്പാക്കാനും ഇതു സഹായിക്കുമെന്നും വോഡഫോൺ ഇന്ത്യ.



ജോലിയും ശമ്പളവും നഷ്ടപ്പെടില്ല: അരുന്ധതി ഭട്ടാചാര്യ

എസ്ബിഐ അസോസ്യേറ്റ് ബാങ്കുകളുടെ ലയനത്തോടെ ഇപ്പോഴുള്ള ജീവനക്കാർക്ക് ജോലിയോ ശമ്പളമോ നഷ്ടപ്പെടില്ലെന്ന് എസ്ബിഐ ചെയർപേഴ്സൺ അരുന്ധതി ഭട്ടാചാര്യ. ചിലർക്ക് സ്ഥലംമാറ്റം മാത്രമേ ലയനത്തിൽ സംഭവിക്കൂ എന്നും സമരം ചെയ്യേണ്ട ആവശ്യമില്ലെന്നും അരുന്ധതി പറഞ്ഞു. വെള്ളിയാഴ്ച എസ്ബിഐ ബാങ്കുകളുടെ ലയനത്തിനും ഐഡിബിഐ ബാങ്കിന്റെ സ്വകാര്യവത്കരണത്തിനും എതിരേ രാജ്യ വ്യാപകമായി പത്തു ലക്ഷത്തോളം ബാങ്ക് ജീവനക്കാരാണ് പണിമുടക്കിയത്. തൊഴിലാളി യൂണിയനുകളെല്ലാം ലയനത്തിന് എതിരാണ്. അസോസിയേറ്റ് ബാങ്കുകൾ ലയിച്ചാൽ എസ്ബിഐ 37 ലക്ഷം കോടി ആസ്തിയുള്ള വലിയ സ്ഥാപനമായി മാറും.

മൂന്നാം തലമുറക്കാരൻ ഡയറക്ടർ



അംബാനി കുടുംബത്തിലെ മൂന്നാം തലമുറക്കാരനും അനിൽ അംബാനിയുടെ മൂത്ത പുത്രനുമായ ജയ് അൻമോൾ റിലയൻസ് കാപ്പിറ്റലിന്റെ ഡയറക്ടർ ബോർഡിൽ അഡീഷണൽ ഡയറക്ടറായി ചുമതലയേൽക്കും. ബ്രിട്ടനിലെ വോറിക് ബിസിനസ് സ്കൂളിൽനിന്നു ബിരുദമെടുത്ത 24 കാരനായ അൻമോൾ രണ്ടു വർഷമായി കമ്പനിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്.

എന്നാൽ അനിൽ അംബാനിയുടെ മൂത്ത സഹോദരൻ മുകേഷ് അംബാനിയുടെ പുത്രൻ ആകാശിനെ ഡയറക്ടർ ബോർഡിലേക്ക് ഉയർത്തിയിട്ടില്ല. ആകാശ് റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസിൽ എക്സിക്യൂട്ടീവാണ്. റിലയൻസ് കാപ്പിറ്റലിന്റെ ഇൻഷ്വറൻസ് ബിസിനസിലായിരുന്നു അൻമോൾ ശ്രദ്ധവച്ചിരുന്നത്.

ജിഎസ്ടി ബിൽ സ്വാഗതാർഹം: ഐസിസിഐ

ജിഎസ്ടി ബിൽ യാഥാർഥ്യമാകുന്നതിനെ ഇന്ത്യൻ ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി പ്രസിഡന്റ് കെ.ബി രാജൻ സ്വാഗതം ചെയ്തു. 'ഒരു രാജ്യം ഒരു നികുതി' എന്ന ആശയം ദീർഘനാളായി നടപ്പിലാക്കാതിരുന്നതും അതു നടപ്പിലായതിന്റെ മുഴുവൻ അംഗീകാരവും ഭരണപക്ഷത്തിനും പ്രതിപക്ഷത്തിനും ഒരേപോലെ അവകാശപ്പെടുന്നതാണെന്നും അദ്ദേഹം പത്രക്കുറിപ്പിൽ പറഞ്ഞു. ജിഎസ്ടി വ്യാപാര മേഖലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുള്ള കാര്യങ്ങൾ സാധൂകരിക്കുന്നതിന് ഉപയോഗപ്രദമായിരിക്കുമെന്നും ബിൽ നികുതി ചോർച്ച തടയുമെന്നും രാജ്യത്തിന്റെ ജിഡിപി കൂട്ടുമെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

ഏറ്റെടുത്തു

മലയാളികളുടെ സ്റ്റാർട്ടപ് സംരംഭമായ പ്രൊഫൗണ്ടിസ് ലാബ്സിനെ യുഎസ് കമ്പനിയായ ഫുൾ കോണ്ടാക്ട് ഏറ്റെടുത്തു. കേരളത്തിലെ സ്റ്റാർട്ടപ് രംഗത്ത് ഇത്തരത്തിലുള്ള ആദ്യത്തെ ഏറ്റെടുക്കലാണിത്. യുഎസിലെ ഡെൻവർ കേന്ദ്രമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഡാറ്റ അനലിസ്റ്റ് കമ്പനിയാണു ഫുൾ കോൺടാക്ട്.

കേരളം ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ടെക്നോളജി എനേബിൾഡ് ഹ്യൂമൻ വെരിഫൈഡ് ഡാറ്റ റിസർച്ച് പ്ലാറ്റ്ഫോമാണ് പ്രൊഫൗണ്ടിസ്. ഏറ്റെടുക്കുന്നതോടെ 2.5 കോടി ഡോളറിന്റെ (ഏകദേശം 162 കോടി രൂപ) അധിക നിക്ഷേപമുണ്ടാകുമെന്നാണ് അറിയാൻ കഴിയുന്നത്. ചെങ്ങന്നൂരിലെ കോളജ് ഓഫ് എൻജിനിയറിംഗിൽ പഠനം പൂർത്തിയാക്കിയ അർജുൻ ആർ. പിള്ള, ജോഫിൻ ജോസഫ്, അനൂപ് തോമസ് മാത്യു, നിതിൻ സാം മാത്യു എന്നിവർ ചേർന്നാണു 2012 ജൂണിൽ പ്രൊഫൗണ്ടിസ് കമ്പനി സ്റ്റാർട്ടപ്പിൽ തുടങ്ങിയത്. മൈക്രോസോഫ്റ്റ് വെഞ്ചേഴ്സ് ആക്സിലറേറ്റർ പ്രോഗ്രാമിലേക്ക് കേരളത്തിൽനിന്നു തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ആദ്യത്തെ കമ്പനിയാണിത്. പ്രൊഫൗണ്ട്സിന്റെ 72 ജീവനക്കാരെയും ഉപഭോക്താക്കളെയും ഉൾപ്പെടെയാണു ഫുൾ കോൺടാക്ട് ഏറ്റെടുത്തിട്ടുള്ളത്.



വനിത ചരിത്രത്തിലേക്ക്



ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായ് ഭിന്നലിംഗക്കാരിയുടെ മുഖചിത്രം അവതരിപ്പിച്ചു എന്ന ബഹുമതി മലയാള പ്രസിദ്ധീകരണമായ വനിതക്ക്. ഓൺമനോരമ, ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ്, ബിസിനസ് ഇൻസൈഡർ, ഹോം ഗ്രോൺ, ബസ്ഫീഡ് തുടങ്ങി രാജ്യത്തെ പ്രമുഖ ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങൾ വനിതയുടെ ട്രാൻസ് കവർ വാർത്തയാക്കി. മാധ്യമങ്ങളെ കൂടാതെ സമൂഹത്തിലെ പ്രമുഖരായ അനേകംപേർ ഈ ഉദ്യമത്തെ ധീരമായ ചുവടുവയ്പ്പായി വിശേഷിപ്പിച്ചു.

ജൂലൈമാസം പുറത്തിറങ്ങിയ ഭിന്നലിംഗകാരിയായ ദീപ്തിയുടെ മുഖചിത്രമാണ് ഇത്തരത്തിൽ വലിയ ചർച്ചചെയ്യപ്പെട്ടത്. ഇവരുടെ ജീവിതാനുഭവം വിവരിക്കുന്ന ഫീച്ചറും വനിത ഈ ലക്കത്തിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു.

വളയ്ക്കാൻ കഴിയുന്ന ഫോൺ



കാനഡയിൽ നിന്നുള്ള ഒരു കൂട്ടം ഗവേഷകർ ഫോണിന്റെ ടച്ച് സ്ക്രീനിലുള്ള ഒട്ടു മിക്ക പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്ക്രീൻ വളച്ചു ചെയ്യാമെന്നു അവകാശപ്പെടുന്നു. ഗെയിം കളിക്കുക, ഇ ബുക്കിന്റെ പേജുകൾ മറിക്കുക എന്നിവ ഇത്തരത്തിൽ സ്ക്രീൻ വളയ്ക്കുന്നതിലൂടെ കൂടുതൽ സുഗമമാക്കാൻ സാധ്യമാകുമെന്നാണ് കരുതുന്നത്. കാനഡയിലെ ക്യൂൻസ് സർവകലാശാലയിലെ ഹ്യൂമൻ മീഡിയ ലാബിലാണ് വളയ്ക്കാൻ കഴിയുന്ന ഉയർന്ന റെസലൂഷനോടു കൂടിയ കളർ ഡിസ്പ്ലേ വികസിപ്പിച്ചെടുത്തത്. എൽജിയുടെ ഫ്ലെക്സിബിൾ ഒഎൽഇഡി ടച്ച് സ്ക്രീൻ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ച് രൂപപ്പെടുത്തിയ റീഫ്ലെക്സ് സ്ക്രീനിൽ ആൻഡ്രോയിഡ് 4.4 കിറ്റ്കാറ്റ് ഒഎസ് ആണ് പരീക്ഷണാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഫ്ലെക്സിബിൾ ആയ സ്മാർട്ട്ഫോൺ നിർമ്മാണത്തിന് ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നത്.

പുരസ്കാര സമർപ്പണം

ശ്രീനാരായണഗുരു കൾച്ചറൽ സ്റ്റഡി സെന്റർ ഏർപ്പെടുത്തിയ ശ്രീനാരായണഗുരു പുരസ്കാരങ്ങൾ സെപ്തംബർ 24ന് വൈകുന്നേരം 4 മണിക്ക് തൃശൂരിലെ കേരള സാഹിത്യ അക്കാദമി ഓഡിറ്റോറിയത്തിൽ വെച്ച് നടക്കും.

പുരുഷൻ കടലുണ്ടി എംഎൽ എ, നടനും സംവിധായകനുമായ ക്യാപ്റ്റൻരാജു, കവി ശ്രീമാൻ നാരായണൻ, കഥാകൃത്ത് ഡോ.പി.സജീവ്കുമാർ, വൈദ്യരത്നം നിഷികാന്ത് പാടൂർ, ചരിഷ്മ ഗ്രൂപ്പ് ഓഫ് കമ്പനീസ് ചെയർമാൻ ഇബ്രാഹിംകുട്ടി എന്നിവർക്ക് പ്രതിഭാ പുരസ്കാരങ്ങൾ, ഫിറോഷ് (ഭാഗ്യലക്ഷ്മി- സൂര്യ ടിവി) മികച്ച സീരിയൽ നടൻ, രാഹുൽ രവി (പൊന്നമ്പിളി- മഴവിൽമനോരമ) പുതുമുഖനായകൻ, അന്വേഷണാത്മക റിപ്പോർട്ടർ ജെയ്സൺ ചാമവളപ്പിൽ (മാതൃഭൂമി ന്യൂസ്), ന്യൂസ് ക്യാമറമാൻ എം.പി സനോജ്കുമാർ (മീഡിയ വൺ), അവതാരകൻ പ്രസാദ് കണ്ണൻ (പുത്തൻ പടം- മനോരമ ന്യൂസ്), സ്മിത വി.എച്ച് (ഡോക്ടർ ലൈവ് -എഷ്യാനെറ്റ് ന്യൂസ്), ഡോക്യുമെന്ററി സംവിധായകൻ പി.പി.സലിം (കൂച്ചുവിലങ്ങ്-കൈരളി), സാമൂഹ്യ പ്രസക്തിയുള്ള വാർത്താപരിപാടി മൂന്നാറിലെ മുല്ലപ്പൂക്കൾ (സംവിധാനം- ജീവൻ ടി വി ന്യൂസ് എഡിറ്റർ ബാബു വെളപ്പായ) എന്നിവർക്ക് ശ്രീനാരായണ ഗുരു ടെലിവിഷൻ പ്രതിഭാ പുരസ്കാരങ്ങളും നൽകും.

വനിത സംരംഭക നെറ്റ്വർക്ക് ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു

കേരളത്തിലെ വനിതാ സംരംഭകരുടെ നേതൃത്വത്തിൽ വനിതാ സംരംഭക നെറ്റ്വർക്ക് (WEN) കൊച്ചി മേയർ സൗമിനി ജെയിൻ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. വനിതകളുടെ കൂട്ടായ്മയുടെ ഭാഗമായി 'വെൻ' ഉദ്ഘാടനം ചെയ്യാൻ സാധിച്ചതിൽ സന്തോഷമുണ്ടെന്നു സൗമിനി ജെയിൻ പറഞ്ഞു.



സംരംഭകരിൽനിന്നു ലഭിച്ച പ്രതികരണങ്ങൾ ആവേശം നൽകുന്നതായിരുന്നുവെന്നും ഇതു വനിതകളുടെ ഒരു എക്കോ-സിസ്റ്റമായി വളർത്തിയെടുക്കുകയെന്ന ഉത്തരവാദിത്വമാണു ഞങ്ങൾ നിറവേറ്റിയതെന്നും ഇതിന് വനിതാ സംരംഭകർക്കു വേണ്ട സഹായങ്ങളും പരിശീലനങ്ങളും നൽകുമെന്നും വെൻ അംഗമായ ഷീല കൊച്ചൗസേപ്പ് പറഞ്ഞു. സഹകരണം, പരിശീലനം, നിരീക്ഷണം തുടങ്ങിയവയിലൂടെ വനിതാ സംരംഭകരുടെ ശാക്തീകരണം ലക്ഷ്യമിട്ട് ആദ്യമായി ആരംഭിക്കുന്ന സംരംഭമാണ് വെൻ. വാട്സ്ആപ്പ് ഗ്രൂപ്പായി വെൻ ആരംഭിച്ച സംരംഭത്തിൽ ഇപ്പോൾ 200 ലധികം അംഗങ്ങളാണുള്ളത്. സംരംഭത്തെക്കുറിച്ചുള്ള കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ 9037392924 എന്ന നമ്പറിൽ ലഭിക്കും.



കെ.കെ ശ്രീധരൻ നായർ

മാതൃഭൂമിയുടെ വളർച്ചയിൽ നിർണ്ണായക പങ്ക് വഹിച്ച പത്രാധിപനാണ് കെ.കെ. ശ്രീധരൻ നായർ. ജേർണലിസം ഡിപ്ലോമയോടെ ഒരു മലയാളപത്രത്തിൽ ജോലിയിൽ പ്രവേശിക്കുന്ന ആദ്യത്തെ ജേർണലിസ്റ്റാണ് അദ്ദേഹം. നാഗ്പൂരിലെ ജേർണലിസം ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിൽ നിന്ന് ഡിപ്ലോമ നേടി ഏതാനും ആഴ്ച മുംബൈയിലെ ഫ്രീപ്രസ് ജേണലിൽ ജോലി നോക്കിയ ശേഷമാണ് അദ്ദേഹം മാതൃഭൂമിയിൽ എത്തിയത്.

1990ൽ ശ്രീധരൻ നായർ പത്രാധിപരുടെ സ്ഥാനം ഏറ്റെടുക്കുമ്പോൾ മാതൃഭൂമിക്ക് മൂന്ന് എഡിഷനാണ് ഉായിരുന്നത്. പ്രചാരം നാലേകാൽ ലക്ഷവുമായിരുന്നു. പത്തുവർഷം കഴിഞ്ഞ് അദ്ദേഹം സ്ഥാനമൊഴിയുമ്പോൾ ആറ് എഡിഷനും എട്ടു ലക്ഷത്തിലധികം കോപ്പികളുടെ പ്രചാരവുമായി മാതൃഭൂമി വളർന്നു കഴിഞ്ഞിരുന്നു. ശ്രീധരൻ നായരുടെ പത്രാധിപത്യത്തിൽ മാതൃഭൂമി 13 ആനുകാലികങ്ങൾ പുറത്തിറക്കി. ഇതിൽ മിക്കതും അദ്ദേഹത്തിന്റെ കൂടി ഉൽസാഹത്തിൽ ആരംഭിച്ചവയാണ്. എന്നും വാർത്തകൾക്കൊപ്പമായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ മനസ്സ്. പത്രത്തെക്കുറിച്ചും ആനുകാലികങ്ങളെക്കുറിച്ചും മാത്രമാണ് അദ്ദേഹം സംസാരിച്ചിരുന്നത്. അവയുടെ ഉള്ളടക്കം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിലും പ്രചാര വർധനയിലും അദ്ദേഹം ശ്രദ്ധാലുവായിരുന്നു.

മാതൃഭൂമിയിൽ ജോലി ചെയ്തു കൊണ്ടിരിക്കെ തന്നെ ഓഫീസിൽ നൈറ്റ് ഡ്യൂട്ടിയെടുത്ത് പകൽ എറണാകുളം ലോ കോളേജിൽ ചേർന്ന് നിയമത്തിൽ ബിരുദമെടുത്തു. കേന്ദ്ര മന്ത്രിമാരായ എ.കെ.ആന്റണിയും വയലാർ രവിയും ലോ കോളേജിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ സഹപാഠികളായിരുന്നു. 1953 മുതൽ ആറു പതിറ്റാണ്ടിലേറെക്കാലം പത്രപ്രവർത്തനത്തിലേർപ്പെട്ടശേഷമാണ് ആദ്ദേഹം കാലയവനികക്കുള്ളിൽ മറഞ്ഞത്.

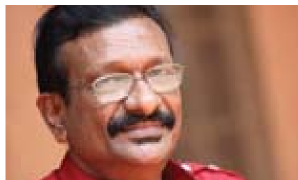


ശശി ശങ്കർ

വി.എ. ബക്കറിനൊപ്പം സംവിധാനസഹായി ആയിട്ടായിരുന്നു ശശിശങ്കറിന്റെ സിനിമയിലെ തുടക്കം. സത്യൻ അന്തിക്കാട് ഉൾപ്പെടെയുള്ള പ്രമുഖ സംവിധായകർക്കു കീഴിൽ സഹായിയായി പ്രവർത്തിച്ചു. മലയാളത്തിലും തമിഴിലുമായി 11ഓളം സിനിമകൾ സംവിധാനംചെയ്തു. ഏതാനും ചിത്രങ്ങളുടെ തിരക്കഥയും രചിച്ചു. അന്തരിച്ച നടൻ മുരളി നായകനായ നാരായം എന്ന സിനിമയിലൂടെയാണു സ്വന്തമായി സംവിധാനം ചെയ്തു തുടങ്ങുന്നത്. ഏറെ ശ്രദ്ധപിടിച്ചുപറ്റിയ ഈചിത്രം 1993ലെ മികച്ച സാമൂഹ്യപ്രസക്തിയുള്ള ചിത്രത്തിനുള്ള ദേശീയ പുരസ്കാരത്തിന് അർഹമായി.

നടൻ ദിലീപിനെ വ്യത്യസ്ത വേഷത്തിൽ അവതരിപ്പിച്ച കുഞ്ഞിക്കൂനൻ അടക്കമുള്ള ചിത്രങ്ങൾ ശശിശങ്കറെ ശ്രദ്ധേയ സംവിധായകരുടെ നിലയിലേക്ക് ഉയർത്തി. കുഞ്ഞിക്കൂനൻ തമിഴിൽ പേരഴകൻ എന്ന പേരിൽ റീമേക്ക് ചെയ്തു. സൂപ്പർതാരം സൂര്യയായിരുന്നു തമിഴിൽ നായകൻ.

മലയാളികളെ ഏറെ ചിരിപ്പിച്ച മിസ്റ്റർ ബട്ലർ എന്ന സിനിമയുടെ സംവിധായകനും ശശിശങ്കർ ആണ്. സർക്കാർ ദാദ, ഗുരുശിഷ്യൻ, മന്ത്രമോതിരം, പുന്നാരം തുടങ്ങിയ സിനിമകളും സംവിധാനംചെയ്തു. ഇന്നത്തെ പ്രോഗ്രാം, സൗഹൃദം എന്നീ സിനിമകൾക്കു കഥയെഴുതി. 2005ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ സർക്കാർ ദാദയായിരുന്നു മലയാളത്തിൽ അവസാനമായി സംവിധാനം ചെയ്ത ചിത്രം. 2014ൽ റിലീസ്ചെയ്ത പഗഡൈ പഗഡൈ എന്ന തമിഴ് ചിത്രമാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റ അവസാന ചിത്രം.



ടി.എ റസാഖ്

കാണാക്കിനാവ്, ഉത്തമൻ, പെരുമഴക്കാലം, വേഷം തുടങ്ങിയ ഹിറ്റ് സിനിമകളുടെ തിരക്കഥ രചിച്ചത് ടി.എ റസാഖാണ്.

എട്ടാം ക്ലാസ്സ് മുതൽ നാടക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സജീവമായിരുന്ന അദ്ദേഹം നിരവധി ഏകാങ്കനാടകങ്ങളുടെ രചന, സംവിധാനം നിർവ്വഹിച്ചു. വര എന്ന സമാന്തര പ്രസിദ്ധീകരണത്തിനു തുടക്കം കുറിച്ച അദ്ദേഹം എ.ടി അബുവിന്റെ ധ്വനിയിൽ സഹസംവിധായകനായാണ് സിനിമയിലെത്തിയത്. ആദ്യ തിരക്കഥ ജി.എസ് വിജയൻ സംവിധാനം ചെയ്ത ഘോഷയാത്ര. ആദ്യം റിലീസ് ചെയ്ത സിനിമ കമലിന്റെ വിഷ്ണുലോകം. സിബി മലയിൽ സംവിധാനം ചെയ്ത കാണാക്കിനാവിനു (1997) മികച്ച കഥയ്ക്കും തിരക്കഥയ്ക്കുമുള്ള സംസ്ഥാന ചലച്ചിത്ര അവാർഡുകൾ ലഭിച്ചു. ഇതേ സിനിമയ്ക്കു മികച്ച പ്രമേയത്തിനുള്ള ദേശീയ അവാർഡും ലഭിച്ചു. സിബി മലയിൽ സംവിധാനം ചെയ്ത ആയിരത്തിൽ ഒരുവന് 2002ലെ മികച്ച കഥയ്ക്കുള്ള സംസ്ഥാന ആവാർഡ് ലഭിച്ചു. 2004ലെ മികച്ച സാമൂഹ്യ പ്രസക്തയുള്ള വിഷയത്തിന് നാഷണൽ അവാർഡ്, കമൽ സംവിധാനം ചെയ്ത പെരുമഴക്കാലത്തിനു 2004ലെ മികച്ച കഥയ്ക്കുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്.

25 വർഷത്തോളം മലയാള സിനിമാ ലോകത്ത് സജീവസാന്നിധ്യമായിരുന്ന അദ്ദേഹം. തന്റെ കൃതികളിലൂടെ മലയാളിയുടെ മനസ്സിൽ എന്നും ജീവിക്കും.





Model Code: 42/2016

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code: 43/2016







Professionals' Directory

CELEBRITY MAKEUP ARTIST & HAIR STYLIST

Jeena's Makeup Affair
Kochi. Ph : 98955 79713

Jaanmoni Das
Ph : 8590525693

Renju Renjimar
Ph : 9995215383

Shoshanka Bordoloi
Ph : 9020255566

Sabitha Sunil Alex
Ph : 9846023486

Jayesh Krishna
Ph : 98479 00861

CREATIVE AGENCIES

Popkon Creatives
31/1446 (B), Ground Floor,
Lal Salam Road, Ponnurunni,
yttila, 682019 Kochi
Ph :0484 230 3110

Ideaspace Communications
12th Cross Road,
Near Giri nagar
community hall
682020 Kochi
Ph : 999 55 85 475

Winningwayz
#177, Ground Floor,
Building No. 55/1280
682020 Ernakulam
Ph : 0484 231 7278

Yara Communications
A2,Dream City Apartments,
Arayidathupalam
673 004 Calicut
Ph : 094959 83105

Trueberry Advertising
4th Floor, A, MPS Tower, Opp.
Federal Towers, Puthiyara Post,
Arayidathupalam, Kozhikode
Ph :096059 90797

Blackmole
Designs n Digits Pvt. Ltd.
Kozhikode
Ph :0495 40 60 126

For You Infotech
Karanakodam P.O,
Thammanam 682032 Kochi
Ph :0484 233 2786

Piedpiper Brand Communication
"Geeth", VJRA - 30,
VJ Lane, Near Eloor Library,
Vellayambalam 695010
Trivandrum Ph: 081293 59222

PlainSpeak
Vazhuthacaud
695014 Trivandrum
Ph: 0471 406 0881

Absolut Brand Circle
EVRA 252 Cotton Hill
695014 Trivandrum
Ph: 098461 22220

Puppets
vazhuthacaud
69501 Thiruvananthapuram
ph: 097453 41002

STUDIOS - SHOOTING EDITING - DUBBING

Freddys Audio Video Garage
Pallath Nagar,
South Janata Road, Cochin.
freddysavg@gmail.com,
www.freddysavg.com

Goodness Plus Media Hub
De Service Park, SRM Road,
Pachalam, Kochi – 682012
giftcochin@gmail.com
www.giftcochin.org
Fr. Daison -9656117063,
0484 2406240

Sarangy Recording Studio
Azad Road, P.C. Road, Kaloor,
Kochi – 682017.
Reju Joseph – 0484- 2339505
9388632917

Sheebas Film & Television Studio
Ph: 9447870576
sheebasstudio@gmail.com

Sound Man (Sound Design Studio)
29/231B, Near Lane 32, Vyttila
Janatha Road, Ernakulam-19.
Prashanth- 9048086840, 9895388150

Team Visual Media
Sagar V. A.- 9961662990
www.teamvisualmedia.com

Three Dots Film Studio
Temple Road, Koonamthai,
Pathadipalam, Edappalli, Kochi
Geo – 8129266833

Zia Karaoke
Yathrinivas Building, A. M. Road,
Perumbavoor,
Ernakulam – 683542
Nizar – 9847280544

Moustache Films
35A/2075C, South Pipeline Road
Palarivattom -682025
Ph : 09633692579

Matrix Editing Studio
New Bus Stand Building
Mavoor road, Calicut.
099470 68799
kripaclt@gmail.com

Creative Designers & Printers
36/2626A, Shenoy Road, Kaloor,
Cochin- 682017
tomyjohn68@gmail.com
Tomy John - 9946071010

Computer Park
Paramara Road End,
Cochin – 682018.
Sebastian -9946911113
0484 2393908

Dezign Centre
41/2795 D3, 1st Floor,
North Avenue, Paramara Road,
Cochin – 682018
M T Gopalakrishnan - 9947144570
S. Krishnakumar - 9495127911

Designers Hut
Opp. Computer Park,
Ernakulam North, Cochin – 18
Group of 14 designers'.
dhutdesign@gmail.com

Digital World
North Avenue Building, Paramara Road, Cochin - 682018
G K Panicker – 9995802565,
0484 4047408
Designing Job Works

DMITRI
4C, Vattoly Towers, SRM Road,
Near North Rly Station, Cochin-18. 0484-4014534, 9846536227
Web Designing , Internet
Marketing.
www.dmitritech.com

Gloria Multimedia
No. 41/2891 B M M Chambers,
St. Vincent Road, Ernakulam
North, Ernakulam – 682018.
Nigesh-9961537356,
0484- 4026351
cochingloria@gmail.com

Directory പേജിലേക്ക് മാറ്ററും, പരസ്യങ്ങളും അയക്കേണ്ട വിലാസം:
Effective Publications
Ph: 08593 998705, E-mail: effectiveadcom@gmail.com

Copycat celebration?

the other truth



So Mie

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 26 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.

"What if we can't think up an idea?"

"Steal, steal and feel no shame!"

This conversation took place between a trainee designer and an art director. The trainee soon became a successful designer but later bumped into a copywriter and dropped out. The art director, one of the greats I've known, continued to create signature campaigns. Those who know his work would find it hard to believe that he gave such a piece of advice. But I'm sure he did so because I do believe the person I share my life with –the copywriter she bumped into is me!

The backdrop to the training session was the early 90s when advertising industry was in its prime. Times when ad agencies held sway and creatives had the final say. There were no short cuts to excellence, though. Everyone had to slog and prove their stuff before being recognized. Everyone had egos, positive I'd say, which drove them to be different and do better than the other. There was more thought process than 'search' process. In the middle of such an intense effort to stand out no one would think it's a good idea to copy someone else's ideas. No one had to.

What then did the art director have in mind when he prescribed plagiarism? Maybe he meant inspiration. Maybe it was a reflection of his understanding of the universe where everything is inter-connected and whatever mankind can imagine, produce and even dream of is nothing but an adaptation of something that already exists. Following the second trail will pull us into a philosophical loop from which escape would be impossible in the time and space this column can afford. So let's discuss the first surmise: inspiration.

We all draw inspiration from around. The source can be anything: a sight, a sound, a smell, a touch, a shock, a stroke of joy or sorrow. It need not be extraordinary or unusual. What needs to be extraordinary or unusual is the way we receive it, perceive it, process it, and turns it into something new. In the inspiration mechanism, the ability to be inspired is more important than the ability to inspire. Inspiring sources are many, but inspired minds are few. Mankind has watched sunsets for millions of years. How many of us have transformed that ordinary experience into an extraordinary work of art, a poetic story, or a scientific invention?

So looking at another work for inspiration is fine as long as the inspiration doesn't degenerate into plain imitation. In the case of beginners, as the art director might've thought, even imitation is pardonable if it helps to hone their skills and give them a sense of direction. But one cannot build a creative career and hang in there just imitating. And if someone tries to do so with any degree





of success, it's an affront to the profession and to the genuine talents who make creativity exciting.

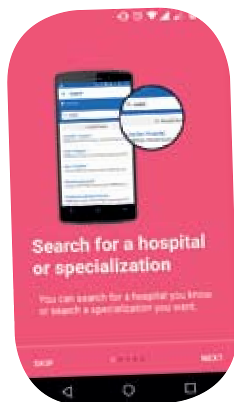
However, if we insist on originality in every aspect of an ad in a market like Keralam, nothing would get done. Advertisers are on a frantic selling mode during festivals like Onam. They want their ads to trigger panic buying. Some of them are so devoid of self-esteem that they even want their ads to look like their competitor's. And if we set about weeding out plagiarism in every form - visual, verbal, audio and concept –we'll lose either our job or the client.

Given such a grim reality, my advice to creative guys is: rip off if that's necessary for your survival. But if you're given money and freedom, make something your audience haven't seen or heard. Don't be a fulltime copycat!

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.

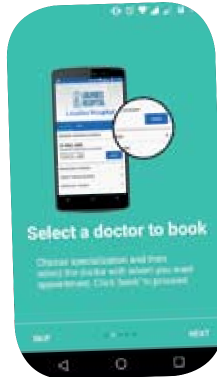
കൊച്ചിയിലെ പ്രമുഖ ആശുപത്രികളിലെ വിദഗ്ധ ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് നേടാം.. എവിടെയിരുന്നും

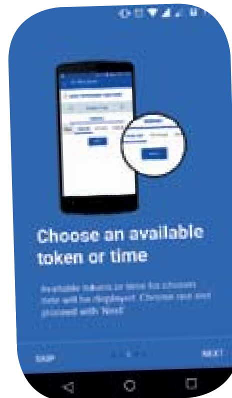
ഹോസ്പിറ്റലിന്റെ പേരോ വിദഗ്ധ വിഭാഗത്തിന്റെ പേരോ സേർച്ചു ചെയ്യാം. നിങ്ങൾ അന്വേഷിക്കുന്ന വിഭാഗത്തിലേക്കുള്ള ഡോക്ടറുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ Pay and Confirm നൽകി മുന്നോട്ടു പോകാം...



step 1

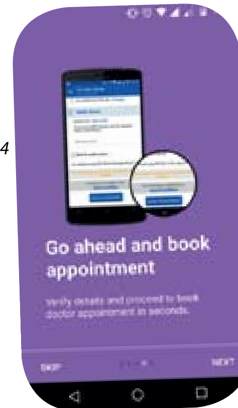
step 2

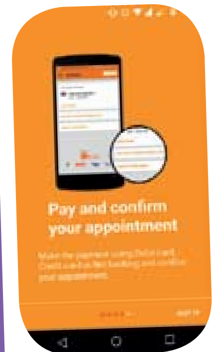




step 3

step 4





step 5

ചെയ്യേണ്ടത് ഇത്രമാത്രം.

QKDOC APP ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യൂ അല്ലെങ്കിൽ QKDOC.COM സന്ദർശിക്കൂ... ആശുപത്രി / വിദഗ്ധ വിഭാഗം സേർച്ച് ചെയ്ത് അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് എടുക്കൂ..

QKDOC.com

Doctor appointments made easy

Customer Care :

7012612323 (24x7)

0481 2587512/511

Email : support@qkdoc.com

ഹോസ്പിറ്റലുകളിലെ ഡോക്ടറുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ഇനി നിമിഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ

EFFECTIVE ADCOM 2016 September. Date of publication 01/09/2016.
RNI Reg. No. KERBIL/2014/64776, Registered. Reg. No. KL/KTM/113/2016-18, Price: Rs. 50/-